

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—

平成 30 年 7 月

消費者庁

## 目次

1. はじめに .....	3P
2. 平成 29 年度アンケート調査等の目的・位置付け .....	4P
3. 平成 29 年度アンケート調査の概要 .....	5P
4. 平成 29 年度アンケート調査の結果と考察 .....	10P
5. まとめ .....	41P

## 資料

図表 1. 平成 29 年 11 月 28 日記者公表資料「健康と生活に関する社会実験」 .....	42P
表 2. 徳島県内市町村別生協組合員人数及び組織率 .....	42P
表 3. アンケート集計表 .....	43P
参考資料 4. 平成 29 年度アンケート調査票原本 .....	58P

## 1. はじめに

消費者を取り巻く環境は、少子高齢化の進行、情報化の進展、消費生活の国際化等により急速に変化し、これに伴い消費行動も多様化している。このような環境の中、消費生活の現状や消費者問題についての的確に把握するとともに、消費者に対する普及・啓発、情報提供の手法について調査・研究を行うことが、消費者行政にとって以前にも増して重要となっている。この重要性に鑑み、消費者庁では、昨年7月に徳島県内に開設した消費者行政新未来創造オフィスにおいて「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究プロジェクト」を立ち上げ、消費者の行動と行政による情報提供の手法に関する分析・研究の一環として、「健康と生活に関する社会実験」を実施している。

この「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。

当実験は、産・官（公）・学・民のいずれに対しても利点があるような「四方よし」の考えに基づき、徳島県をフィールドとして、以下の四者が参画している。まず、「産」として、実験の実施に必要なモニターへの働き掛けと調査票の配布・回収を行う生活協同組合とくしま生協（以下「とくしま生協」という。）の協力を得た。「官」として、消費者行政新未来創造オフィスに加えて、徳島県の協力を得て、調査・研究を企画している。「学」として、依田高典京都大学大学院教授、室岡健志大阪大学大学院准教授、牛房義明北九州市立大学准教授が消費者庁の客員研究員として本実験を率いている。最後に「民」として、とくしま生協組合員の皆様に協力いただいた。

当実験は、消費者の行動に着目した「ナッジ<sup>1</sup>」の影響測定としては、日本初のフィールド実験となるといえよう。行動経済学は、昨年、リチャード・H・セイラー氏（シカゴ大学教授）がノーベル経済学賞（平成29年）を受賞したこともあり、改めて注目が集まっているが、当実験は行動経済学の政策への応用の試みの一つである。

---

<sup>1</sup>英語（nudge）：そっと後押しする、という意味。気付きのきっかけを与えることにより、人々に良い選択をするように促すことを指す。

## 2. 平成 29 年度アンケート調査等の目的・位置付け

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。

### 3. 平成 29 年度アンケート調査の概要

平成 29 年度アンケート調査の実施時期、調査方法等の概要について記載する。

#### 平成 29 年度アンケート調査等の構成

平成 29 年度アンケート調査等は、「平成 29 年度アンケート調査」及び「モニター用事前アンケート」の 2 つから構成される。なお、「モニター用事前アンケート」の調査結果は、平成 30 年度に実施する「健康と生活に関する社会実験」本実験に影響を与える可能性があることから、当報告書では調査の結果は掲載せず、概要のみ記載する。

#### 平成 29 年度アンケート調査等の設計概要

調査名	平成 29 年度アンケート調査	モニター用事前アンケート
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 <sup>2</sup> （宅配組合員）55,717 人（平成 30 年 1 月 22 日時点）	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又はその組合員の配偶者 <sup>3</sup>
設問数	61 問（小問、付問含）	11 問（小問含）
目的	とくしま生協組合員の消費者としての特徴把握	モニターの関心事項の把握 実験設計の基礎資料
集計結果	3,467 人	4,464 人

#### 調査時期

とくしま生協における宅配事業は、毎週月曜日から金曜日までのうち、週 1 回、対象となる地域の宅配組合員に商品を届けるとともにカタログ等の配布・回収を行っている。本調査では、この宅配に上乗せで調査票を配布・回収していることから、調査票の配布期間は、1 週間（1 月 15 日～1 月 19 日）を設けた。回収期間は、回答率を高めるために、2 週間（1 月 22 日～2 月 2 日）とそれ以降の回答があった場合の予備的期間として 1 週間（2 月 5 日～2 月 9 日）を設けた。

#### 調査方法

とくしま生協で取り扱っている商品のカタログ等が入った通い袋（透明のビニール袋）にアンケート調査票等一式を封入した角型 2 号封筒を同梱した。宅配<sup>4</sup>を利用している組合員へのカタログ等の授受のうち約 3 割は対面で行われており、アンケート調査票の配布においては、とくしま生協職員である配送担当者から宅配組合員にアンケート調査への回答を口頭で依頼した。残りの約 7 割

<sup>2</sup> 宅配による商品の購入をしていない組合員も存在する。とくしま生協の総組合員数は 113,124 人であり、そのうち宅配による商品の購入を行っていない店舗購入のみの組合員（店舗組合員）が 12,006 人となっている。加えて、夕食宅配（夕宅）及び共済のみを利用する組合員（2,523 人）も存在するため、宅配組合員（宅配を休んでいる組合員及び夕宅・共済のみを除く）を対象者、すなわちアンケート調査票の配布先とした（人数については、いずれも平成 30 年 3 月 7 日時点）。

<sup>3</sup> モニター募集も兼ねている「モニター用事前アンケート」では、とくしま生協組合員の女性割合が高いことを踏まえ、男性へのモニター参加を促すことと、より多くのモニター参加者を募ることを目的として、組合員とその配偶者を対象者とした。

<sup>4</sup> 宅配は大きく分けて「個人宅配」と「班配送」から成る。「個人宅配」は組合員の自宅の玄関まで商品・カタログ・チラシを持っていくこと、「班配送」は職場や近所の世帯にまとめて届けることを指す。

の宅配組合員については、共同購入している別の宅配組合員が預かった、不在であり指定された場所にカタログ等と併せて置いた、等に対応した。

## 対象者・地域の特性

（市町村別に見たとくしま生協組合員組織率の傾向）

とくしま生協の総組合員数は、113,124人（平成30年3月7日時点）であり、徳島県内の世帯数に占める組織率は、36.7%（図表2.1参照）である。また、とくしま生協の配達エリアは、徳島県下ほぼ<sup>5</sup>全域をカバーしている。

市町村別のとくしま生協組織率について、最も高いのは、北島町の58.8%であり、一方で最も低いのは、佐那河内村の31.8%である。また、店舗購入のみの組合員（以下「店舗組合員」という。）を除いた宅配組合員組織率では、牟岐町が46.8%と最も高く、徳島市が29.0%と最も低い。なお、店舗組合員数は、県全域で12,006人（全組合員の10.6%に相当）であり、生協の店舗（コープ北島及びコープ住吉）が存在する北島町及び徳島市の店舗組合員組織率は、それぞれ21.5%及び5.3%である。

（各地域における組合員組織率の傾向）

徳島県におけるとくしま生協の宅配組合員組織率は約3割を占めており、日々の購買手段としての需要は高い。これは、高齢化に伴う買物難民の問題等が背景にあるものと考えられ、とくしま生協の宅配組合員も年々増加傾向にある。

徳島県の地域を分割する区分としては、東部・西部・南部という3区分と東部地区・西部地区・中央地区・南部地区という4区分の2種類がある。

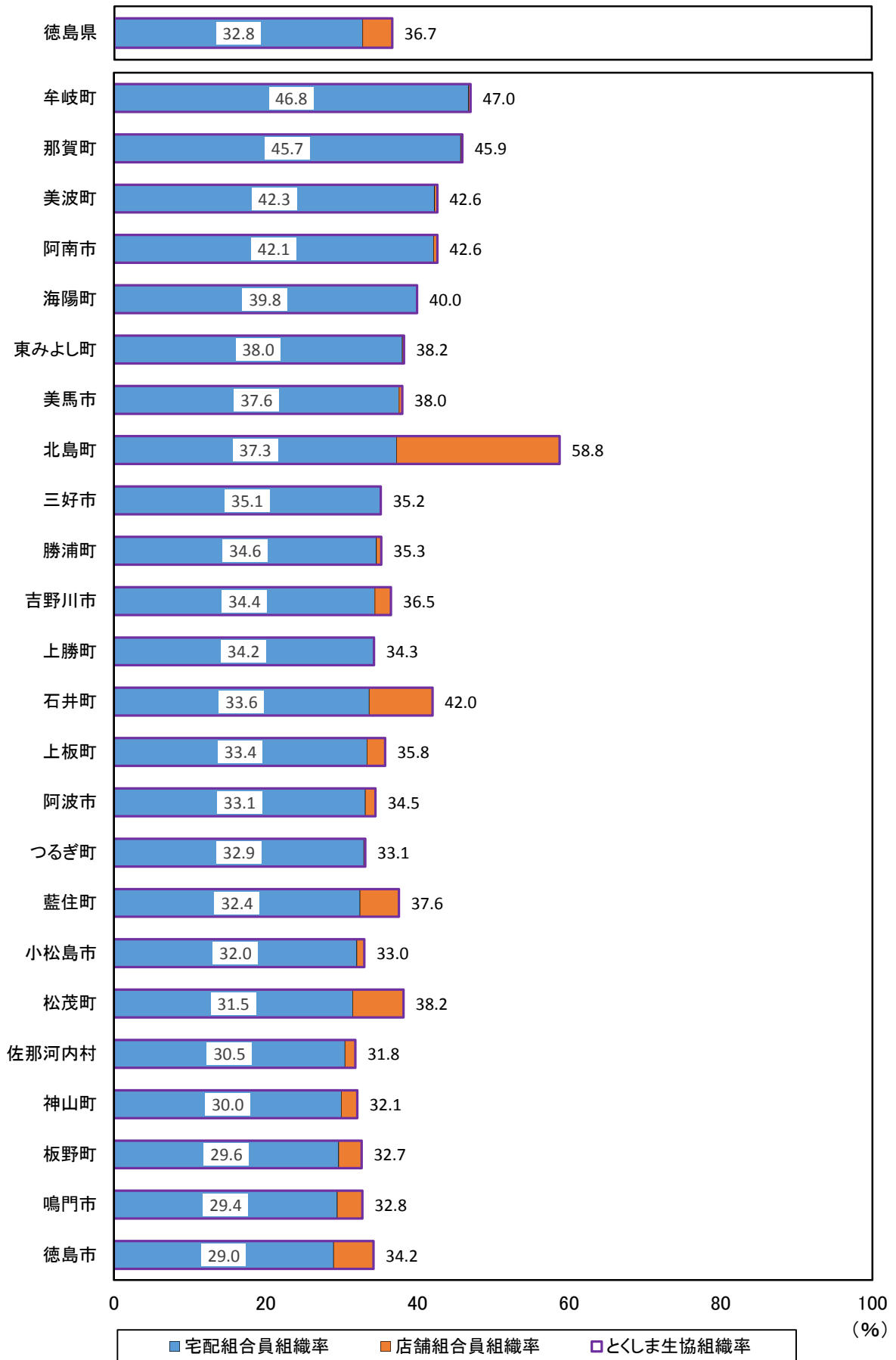
両者いずれの場合も、南部（地区）を構成する市町村は、阿南市・那賀町・牟岐町・美波町・海陽町の5市町であり、この5市町が県内の宅配組合員組織率の上位1位から5位までを占める。南部（地区）は徳島市とは距離があり、高知県と隣接するものの、商業店舗の充実した高知市とも距離があることから、消費者は日用品の購買において交通上の不便を感じているものと考えられる。このため、宅配・配達に購買手段としてより魅力的となり、とくしま生協の宅配組合員組織率に反映されていると考えられる。

他方、東部（地区）・中央地区は、徳島市・鳴門市といった比較的都市化の進んだ地域を含んでおり、域内における商業施設と競合していると推察され、宅配組合員組織率は低い傾向にある。

西部（地区）は、地理的に香川県高松市に加え、愛媛県四国中央市や新居浜市と近く、交通の便の良さから、とくしま生協の宅配業務と近隣の商業店舗とが競合していると推察される。

<sup>5</sup> 山間部の一部地域については、採算性や移動時間・距離等を考慮して、とくしま生協が宅配を行っていない地域がある。

図表 2. 1 市町村別に見た組織率

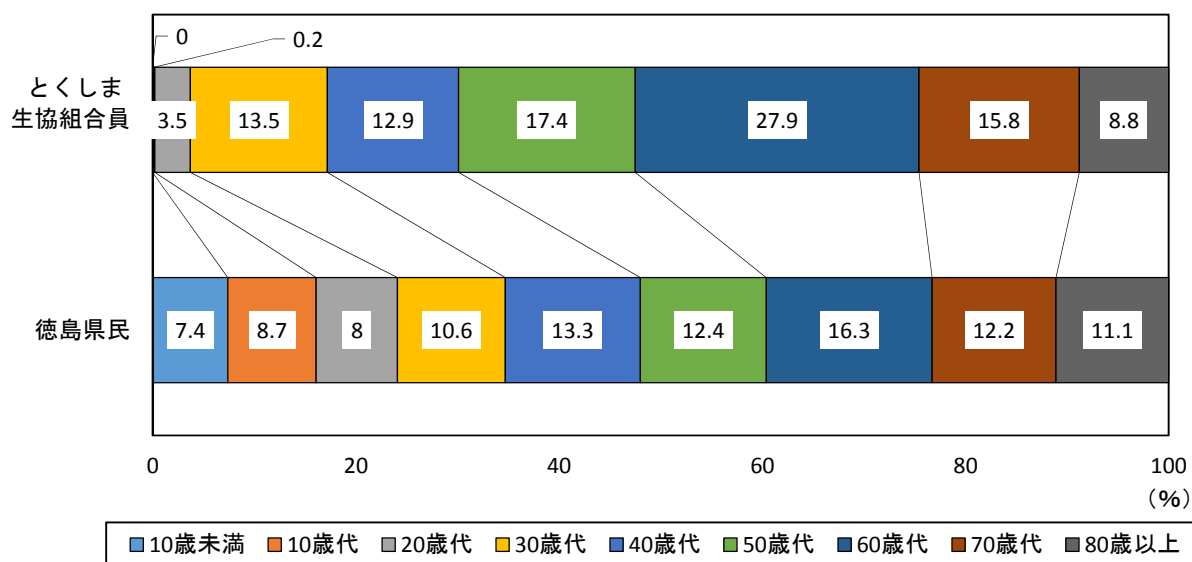


(とくしま生協提供データを基に作成)

(とくしま生協組合員の年齢構成と男女比)

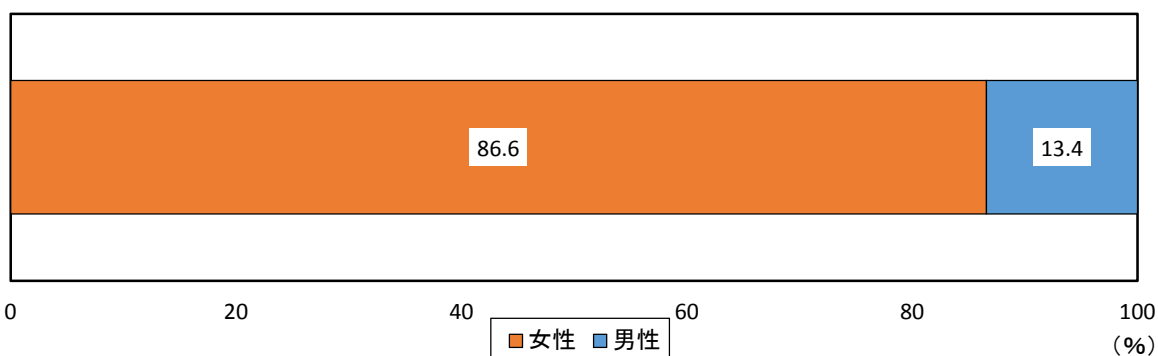
徳島県が公表している徳島県年齢別推計人口によると、平成30年1月1日時点における徳島県民の平均年齢は、49.1歳<sup>6</sup>である。これに対し、とくしま生協組合員の平均年齢は、58.5歳<sup>7</sup>となっている。年齢的には、約9歳の差があり、組合員の年齢層は比較的高齢層に偏っていると考えられる(図表2.2参照)。また、平成30年3月16日時点のとくしま生協組合員の男女比率は、性別の判明している組合員109,282人中、男性14,593人(13.4%)に対し、女性94,689人(86.6%)であり、圧倒的に女性比率が高い(図表2.3参照)。

図表2.2 とくしま生協組合員と徳島県民の年齢構成



(とくしま生協提供データと徳島県年齢別推計人口を基に作成)

図表2.3 とくしま生協組合員の男女比



## 徳島県(民)の特徴

(人口動態・経済環境から見た県民の特徴)

徳島県民の年齢構成は、若年者が少なく(年少人口割合 42位<sup>8</sup>)、高齢者が多い(老年人口割合

<sup>6</sup> 徳島県年齢別推計人口(平成30年1月1日現在)を基に、満年齢を人口割合で加重平均した値を平均年齢とした。100歳以上人口については、その年齢別内訳が不明であることから、年齢を一律に100歳として人口割合で重み付けしている(年齢不詳人口を除く)。

<sup>7</sup> とくしま生協が平成29年11月に実施した組合員対象のアンケート調査「2017年度『あなたの声をきかせてね(アンケート)』」から回答者(1,866人)の平均年齢を記載。平均年齢の推定に当たっては年齢別の抽出率の調整は行っておらず、年齢が高めに推定されている可能性があることには留意を要する。

<sup>8</sup> 平成27年 総務省統計局「国勢調査」年少人口(15歳未満)割合の47都道府県における順位(降順)



5位<sup>9</sup>)。また、県全体の社会増減は転出が転入を上回っており<sup>10</sup>、一部では人口の著しい減少に伴う地域社会における活力の低下(過疎化)が進んでいる地域<sup>11</sup>がある。

一人当たり県民所得は、全国平均よりやや上(18位<sup>12</sup>)であり、県内の相対的に所得の高い地域は、鳴門市・板野町・松茂町・藍住町・北島町・徳島市・小松島市・阿南市・那賀町の計9市町<sup>13</sup>である。

アンケート調査結果の外的妥当性に影響を及ぼすと考えられる要素の一つに、生産年齢人口に占める労働力人口の比率を表す労働力率が挙げられるが、男性66.4%(同46位)、女性48.0%(同40位)であり、それぞれの全国平均70.9%及び50.0%に比べて低い。また、経済的格差を表すジニ係数<sup>14</sup>は、徳島県0.326(全国6位<sup>15</sup>)である。

徳島県民を消費者という側面から見た際に、所得に対する消費の割合を表す消費性向は重要な特徴である。徳島市民の消費性向は全都道府県から見て中位(平均消費性向21位<sup>16</sup>)に属している。一方で、銀行預金残高は上位(一世帯当たり銀行預金残高2位<sup>17</sup>)であり、預金残高(=通貨性預金+定期性預金)が金融資産に占める割合は約54%と全国平均約61%に比べ約7ポイント低い。

#### (体重・運動・休養の観点からみた県民の特徴)

「平成28年国民健康・栄養調査結果概要」における、徳島県民のBMI(Body Mass Index)<sup>18</sup>は、男性が24.1で47都道府県中16番目に高く、女性が22.1で42番目である。いずれも日本肥満学会が「普通体重」と定めている18.5以上25.0未満の範囲内である。1日の野菜摂取量については、男性が313gで8位、女性が309gで3位である。1日の食塩摂取量は男性が10.2gで40位と低く、女性は9.1gで27位と平均的な摂取量である。1日の歩数の平均値は、男性6,791歩で41位に対し、女性6,313歩で32位と平均より少なく、男女共に運動不足が懸念される。他方、徳島県民の1日の平均的な睡眠時間は、7時間43分であり、47都道府県中22番目に長い。

## 質問内容

全国との比較を行うため、毎年消費者庁が実施している「消費者意識基本調査」から一部抜粋(「生活全般や消費生活における意識や行動」、「食品の選択」に関する設問)した質問を、調査票に盛り込んだ。その他、平成29年度に新たに設置した「消費者行政新未来創造オフィス」に関する認知度・期待度に関する質問を盛り込んだ。また、「生活全般や消費生活における意識や行動」については、とくしま生協組合員の購買行動がどのような経済主体との競合関係の中で行われているか把握するための質問を盛り込んだ。

<sup>9</sup> 平成27年 総務省統計局「国勢調査」老年人口(65歳以上)割合の47都道府県における順位(降順)

<sup>10</sup> 総務省統計局「住民基本台帳年報」

<sup>11</sup> 徳島県「過疎地域の振興について」

<https://www.pref.tokushima.lg.jp/ippannokata/kurashi/chihosei/2010110400148>

<sup>12</sup> 内閣府「平成26年度 県民経済計算年報」

<sup>13</sup> 徳島県「平成26年度 市町村民所得推計結果」より平成26年度における一人当たり市町村民所得2,400千円以上の市町を指す。ただし、ここでの一人当たり所得には、個人所得に加え、企業所得が含まれる。

<sup>14</sup> 0~1の間の値を取り、1に近いほど不平等を表す。

<sup>15</sup> 総務省「全国消費実態調査」

<sup>16</sup> 総務省家計調査(平均消費性向は、勤労者世帯消費支出/可処分所得として計算)

<sup>17</sup> 日本銀行「都道府県別預金・現金・貸出金統計」

<sup>18</sup> 肥満度を表す指標として国際的に用いられている体格指数。[体重(kg)]÷[身長(m)の2乗]で求められる。

## 4. 平成 29 年度アンケート調査の結果と考察

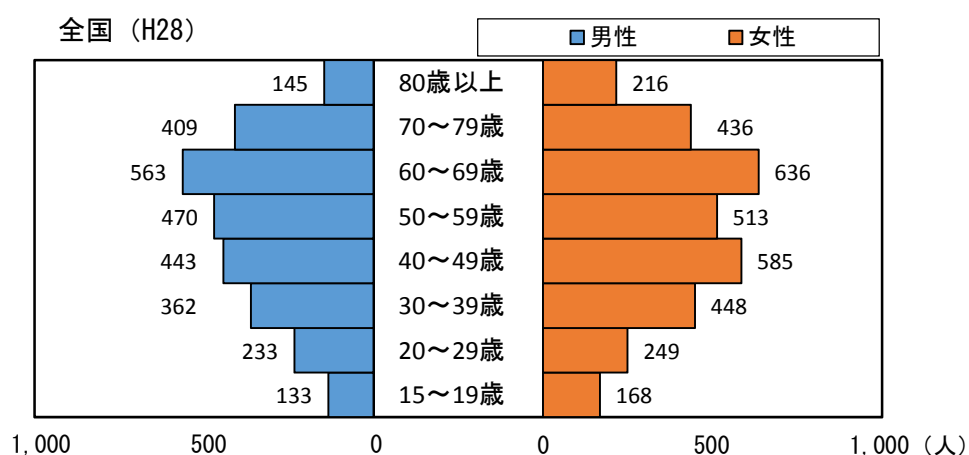
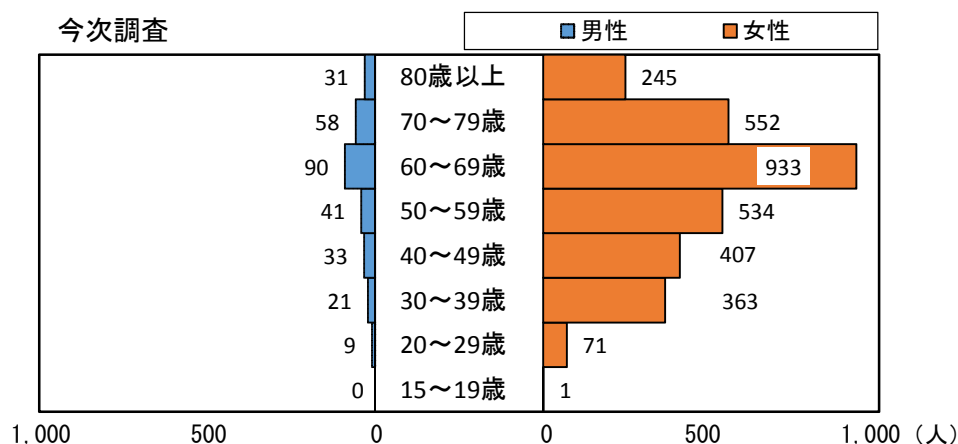
平成 29 年度アンケート調査では、3,467 人の宅配組員から回答を得た。回答者の年齢構成については、生産年齢人口<sup>19</sup>42.6%に対し、老年人口 57.4%である。徳島県民の生産年齢人口 56.0%、老年人口 32.5%<sup>20</sup>と比較して、高齢者への偏りが見られる。

回答データについては、本人が特定できる情報（住所・氏名・組員コード）の記載を含め、設問に対して、8割以上の回答があるものを有効とした。また、設問以外の回答を記入しているもの、アンケート調査票が極端に汚れているもの、及び欠落・折れ等で判読不明のものを除外した。

以下では、「平成 29 年度アンケート調査」を「今次調査」、「平成 28 年度消費者意識基本調査」を「全国（H28）」と記載する。なお、アンケート調査の調査票と集計表は、報告書の末尾に掲載している。

（回答者の基本属性）

(1) 性別・年齢



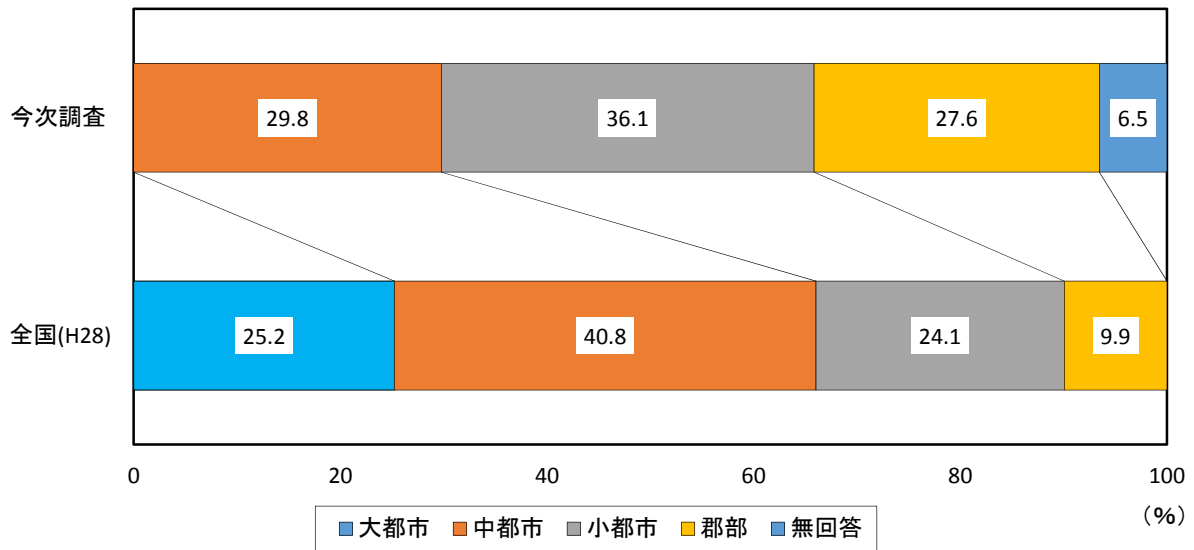
回答者の男女比は、男性 8.2%、女性 89.6%である。これは、とくしま生協組員の男女比とおおむね等しい。全国（H28）と比べて、女性の回答割合が高い。

<sup>19</sup> 15 歳以上 65 歳未満

<sup>20</sup> 徳島県「年齢 3 階級別人口」（平成 30 年 1 月 1 日時点）

回答者の年齢は60歳代が最も多く、60歳以上の回答者が半数以上を占めている。全国（H28）と比べると、10歳代の回答割合が低い。

(2) 居住地の都市規模



※都市の定義

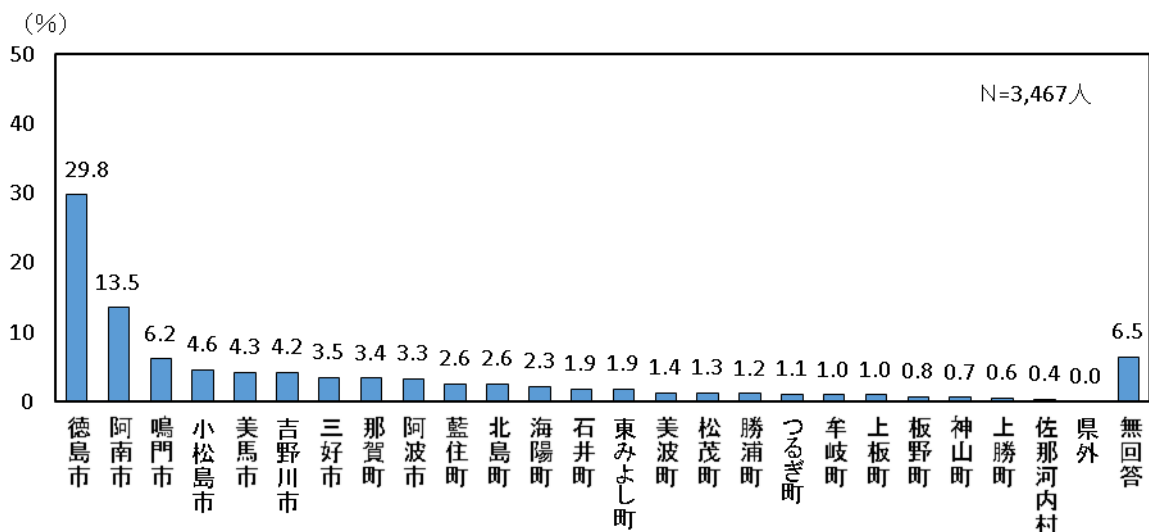
大都市：人口50万人以上の市      中都市：人口10万人以上50万人未満の市  
 小都市：人口10万人未満の市      郡部：町村

※全国（H28）では無回答の対象者は無い

回答者の居住地の都市規模で最も多かったのは、小都市の36.1%である。徳島県の市町村で中都市に該当するのは、徳島市のみで、回答者の割合は29.8%である。なお、徳島県に、大都市に該当する市は無い。

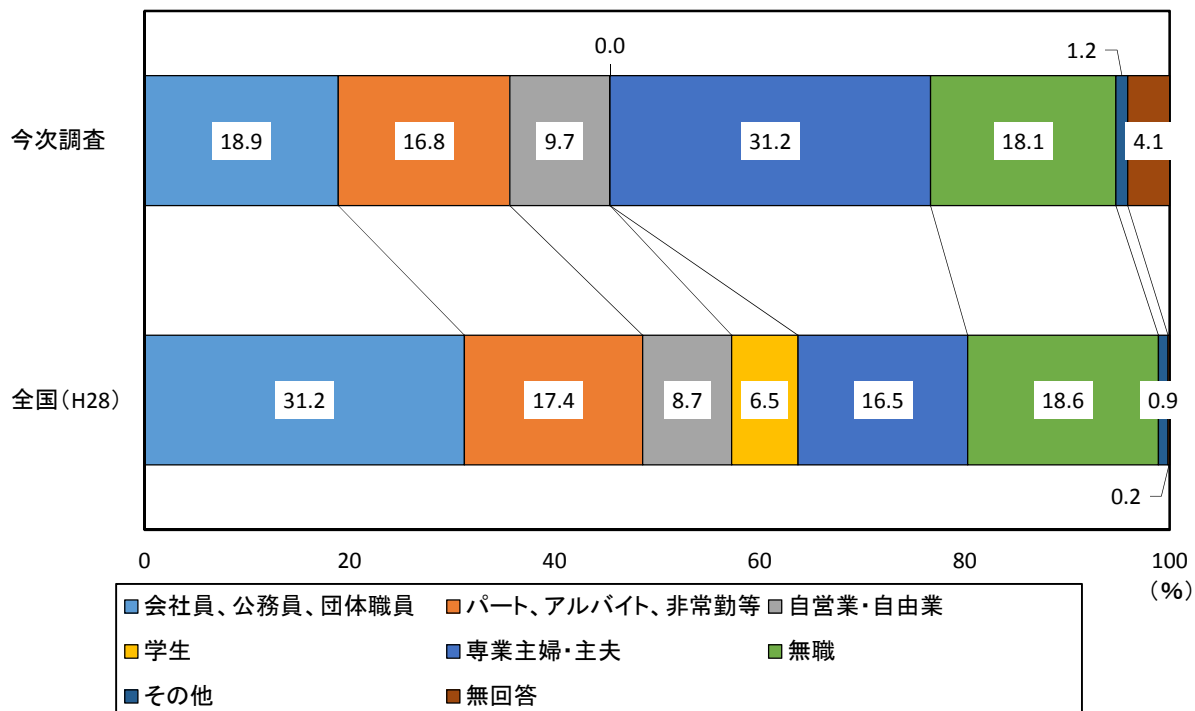
(3) 居住地域

今次調査



※とくしま生協組合員は、徳島県に住所を有する者及び徳島県内に勤務地を有する者であり、県外に住所がある者も組合員となることができる。

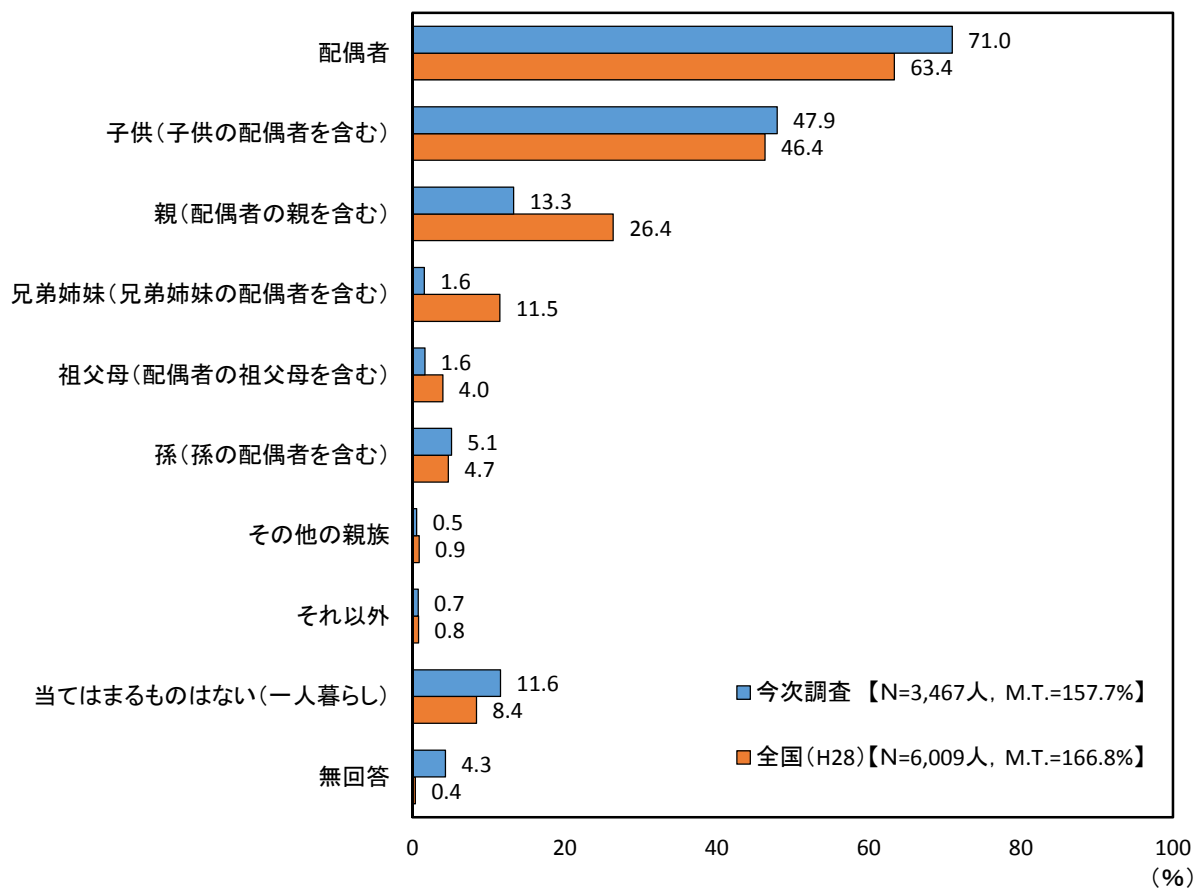
(4) 職業



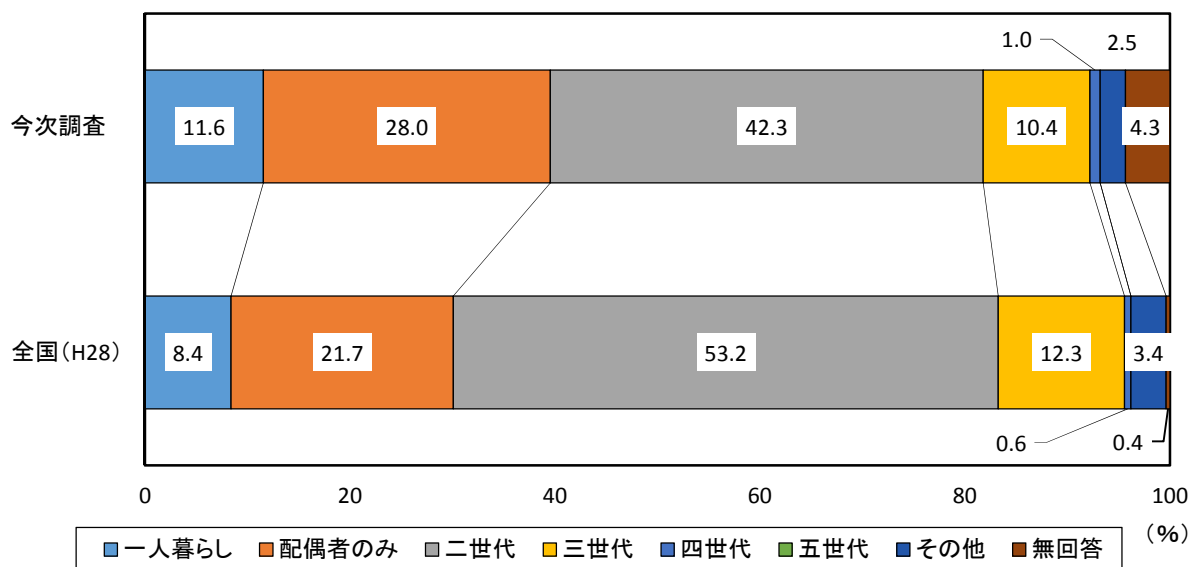
※今次調査の回答においては、「無職」には年金受給者を、「その他」には雇用形態の記載の無い回答（保育士、看護師等）を含む。

回答者の職業は、多い順に、「専業主婦・主夫」が31.2%となり、「会社員、公務員、団体職員」18.9%、「無職」18.1%である。全国（H28）では、多い順に、「会社員、公務員、団体職員」31.2%、「無職」18.6%、「パート、アルバイト、非常勤、嘱託、派遣等」17.4%である。

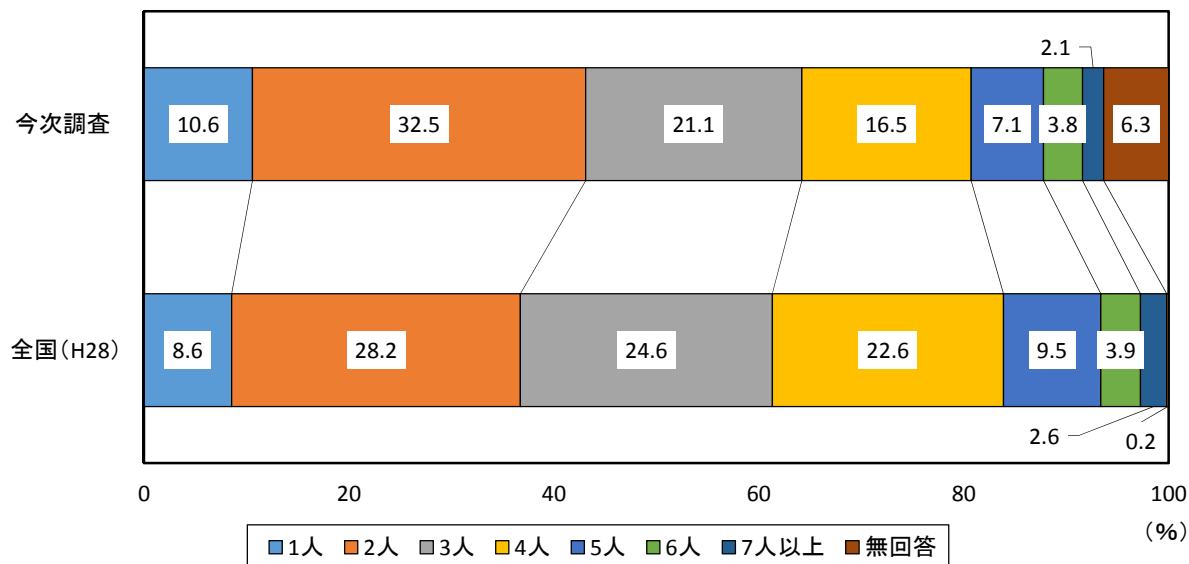
(5) 同居人



(6) 家族構成・世代



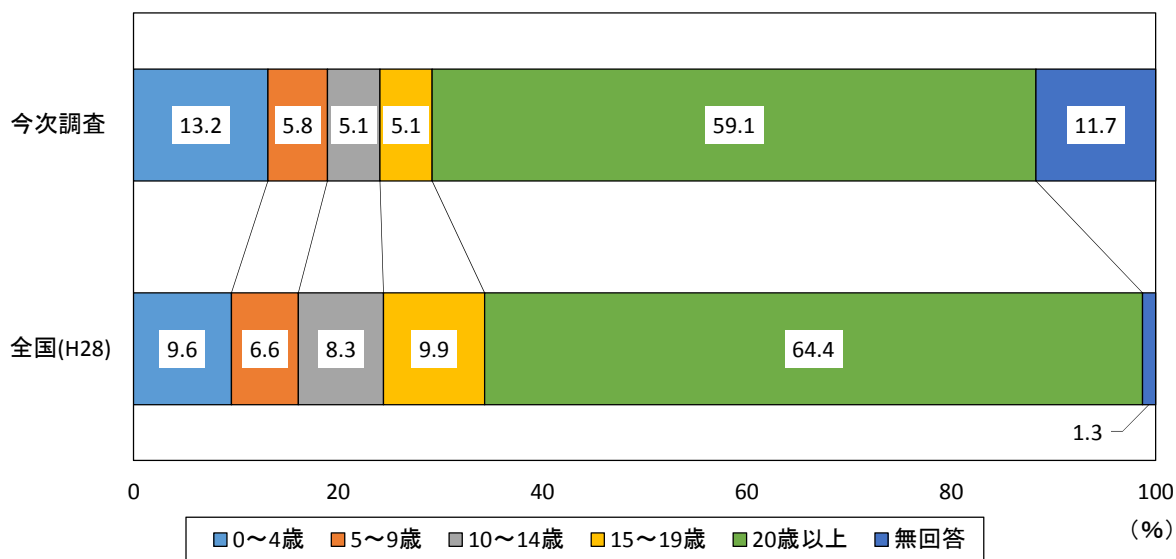
(7) 同居人数



※自身を含めた居住者を記入する。

※単身者は自身も居住者であるため、同居人数は1人である。

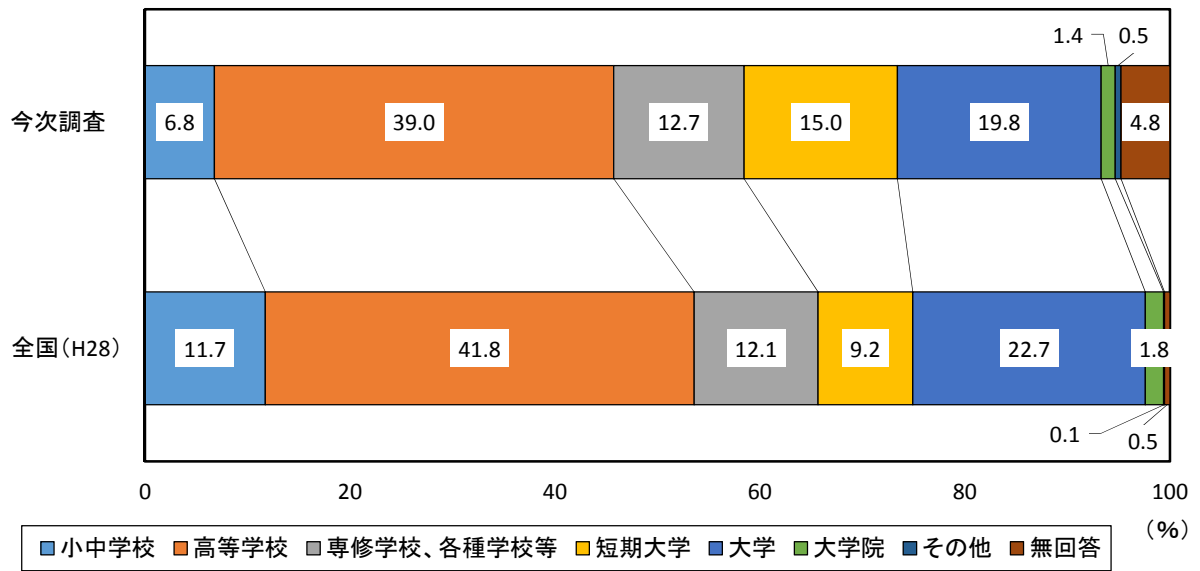
(8) 同居人の最少年齢



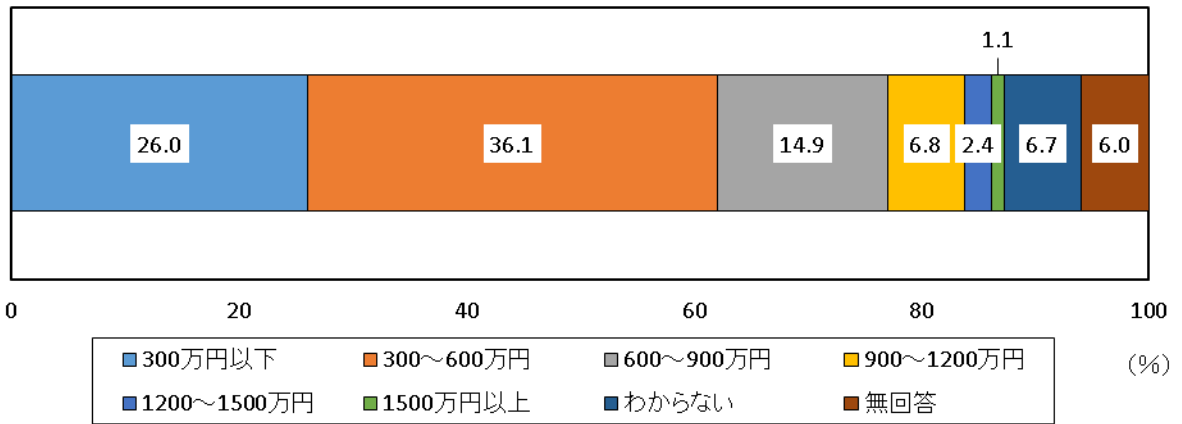
同居人の最少年齢は、多い順に、「20歳以上」59.1%、「0～4歳」13.2%、「無回答」11.7%である。

全国(H28)と比較して「0～4歳」の比率が高い理由としては、とくしま生協では、「個人宅配」において、子育て支援として妊娠判明時から子供の年齢が満3歳を迎えるまでの間、宅配手数料(通常は200円)を無料としていることが考えられる。

(9) 学歴



(10) 世帯所得



(個別質問への回答)

個別の質問に対する回答比率を以下に記載する。今次調査の質問内容は、全国（H28）から抜粋したものを一部用いているため、両アンケート調査の集計結果を比較することで、今回の調査対象となったとくしま生協組合員の特徴を明らかにする。

問1 あなた自身の消費行動について、以下の項目がどの程度当てはまると思いますか。  
(ア)～(ケ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

消費行動について、各項目がどの程度当てはまるか聞いたところ、以下の図のような結果になっている。

自らの消費行動で「(エ) 多少高くても品質の良いものを選ぶ」、「(オ) 買う前に機能・品質・価格等を十分に調べる」ことに対して「当てはまる」「かなり当てはまる」と「ある程度当てはまる」の合計。以下同じ。)と回答した人が、62.3%<sup>21</sup> (エ)、55.8% (オ)となり、消費者の大半は、品質や機能を重視しているといえる。全国（H28）においても、同様の傾向が見られる。

「(カ) 実際に現物を見て商品を確認してから購入する」ことに対しては、55.3%の人が「当てはまる」と回答している。全国（H28）で66.9%の人が「当てはまる」と回答したのに比べると、今次調査は約12ポイント低い。これは、今次調査の回答者が、現物ではなく商品案内書（カタログ）を見て注文している、とくしま生協の宅配を利用しているという特性が表れたものと考えられる。

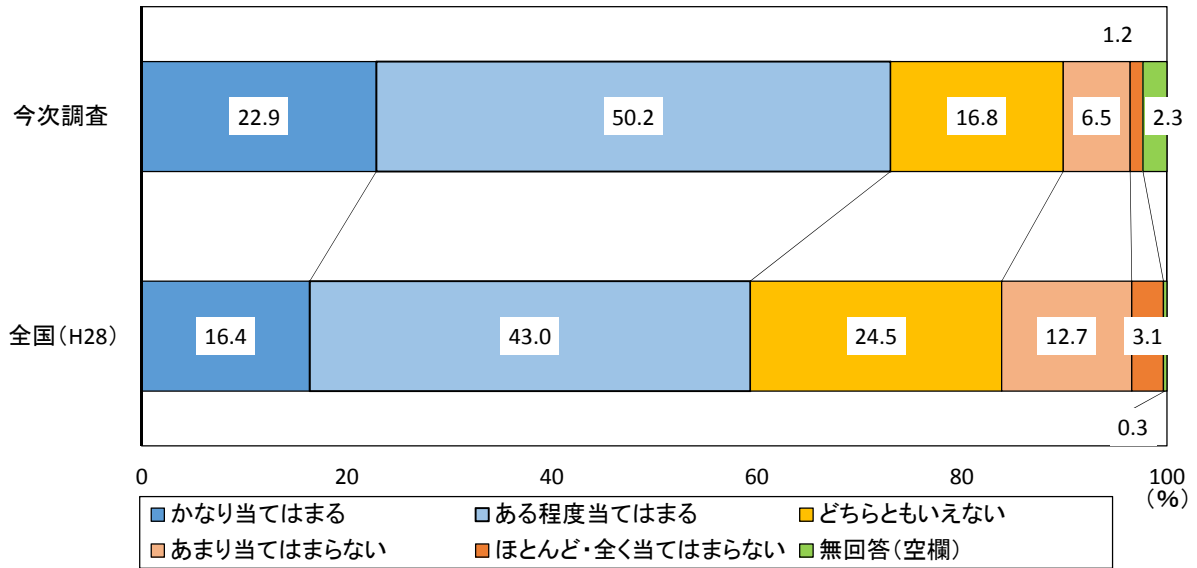
「(ケ) 同じ店舗・事業者を利用することが多い」ことに対しては、74.2%の人が「当てはまる」と回答している。この結果から、消費者が店舗や事業者に対して信頼性や安心を重視していることが考えられる。全国（H28）においても、同様の傾向が見られるが、今次調査の方が約9ポイント高い。

---

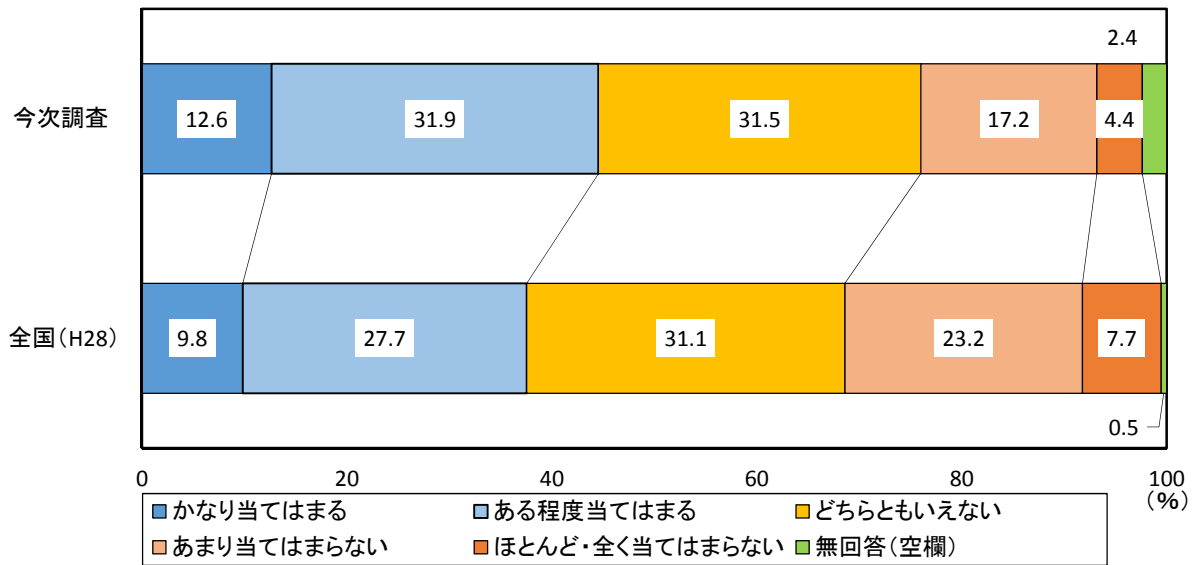
<sup>21</sup> 小数点2位以下については四捨五入しているため、図表中の数字を足し合わせた値とは必ずしも一致しない。以下の計算についても同様。



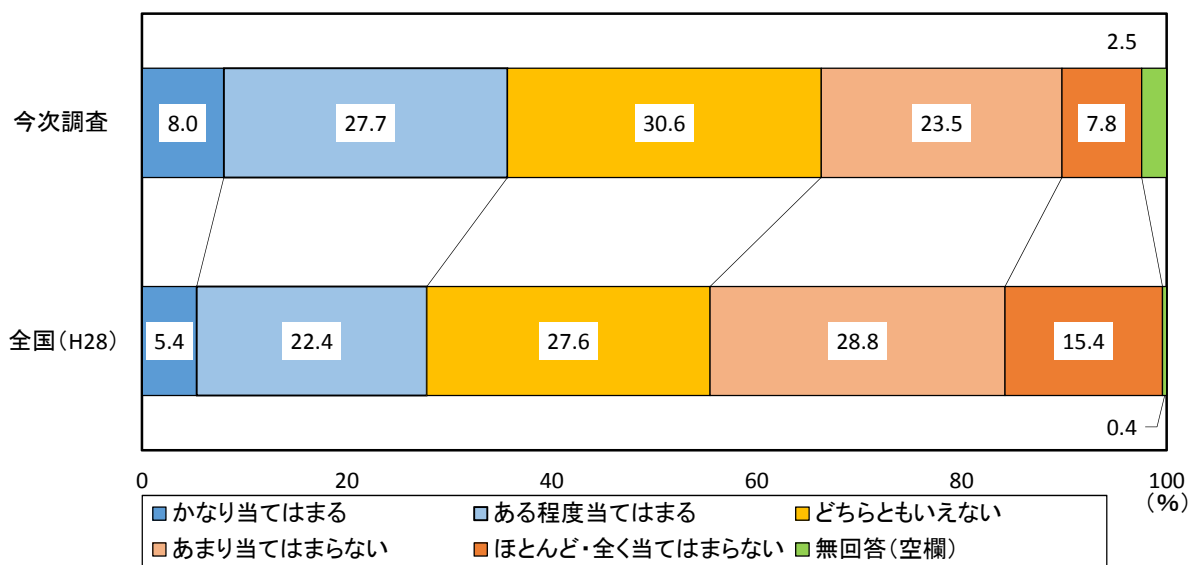
(ア) 買物が好き



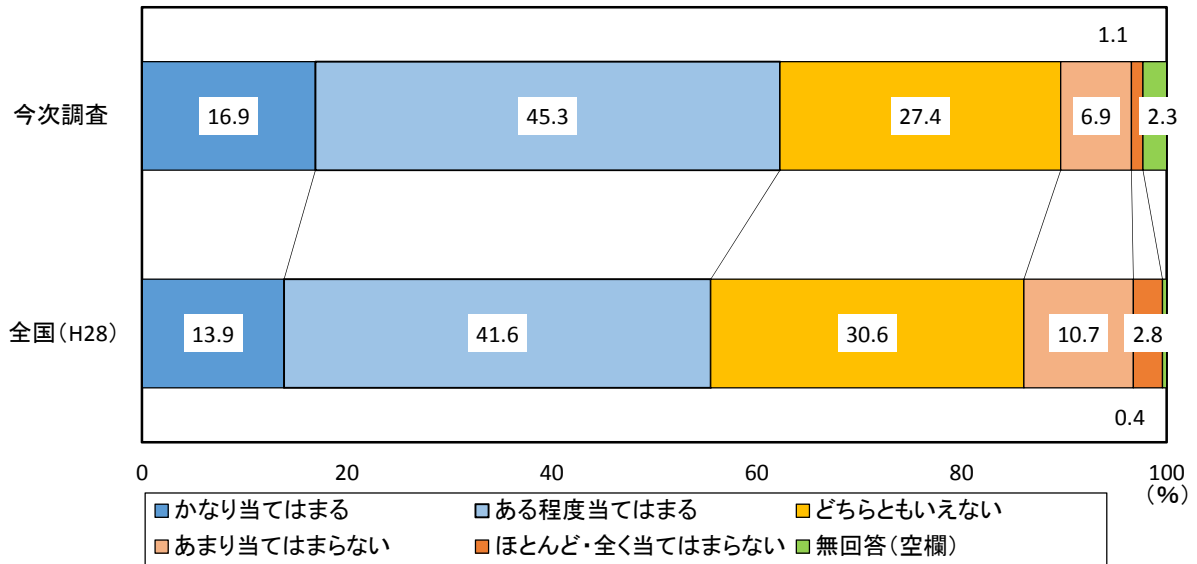
(イ) 新しい物好き



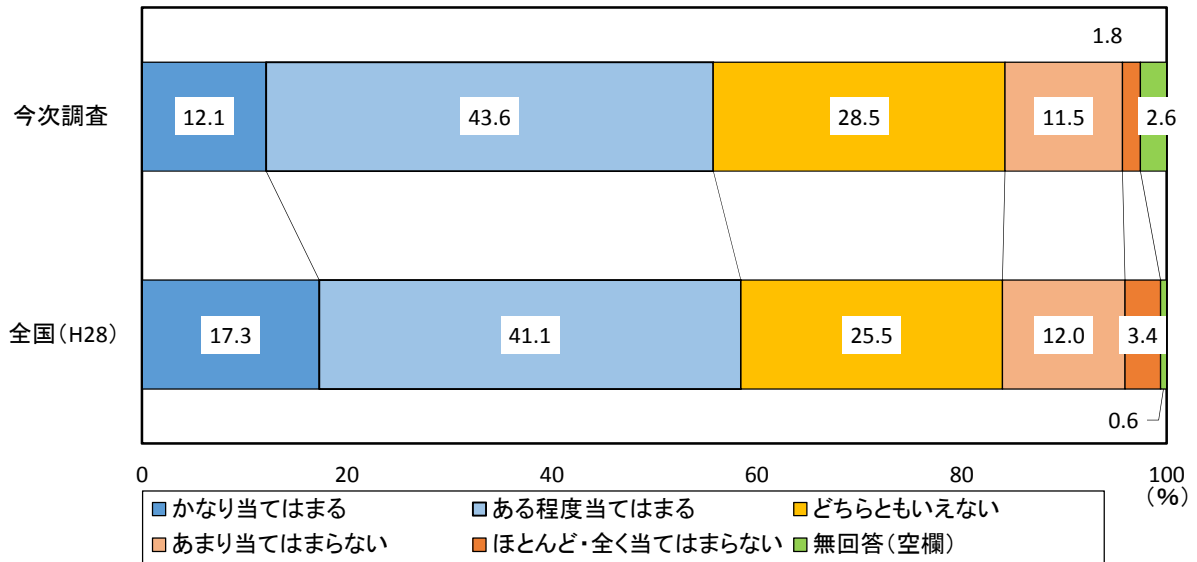
(ウ) 衝動買いをする



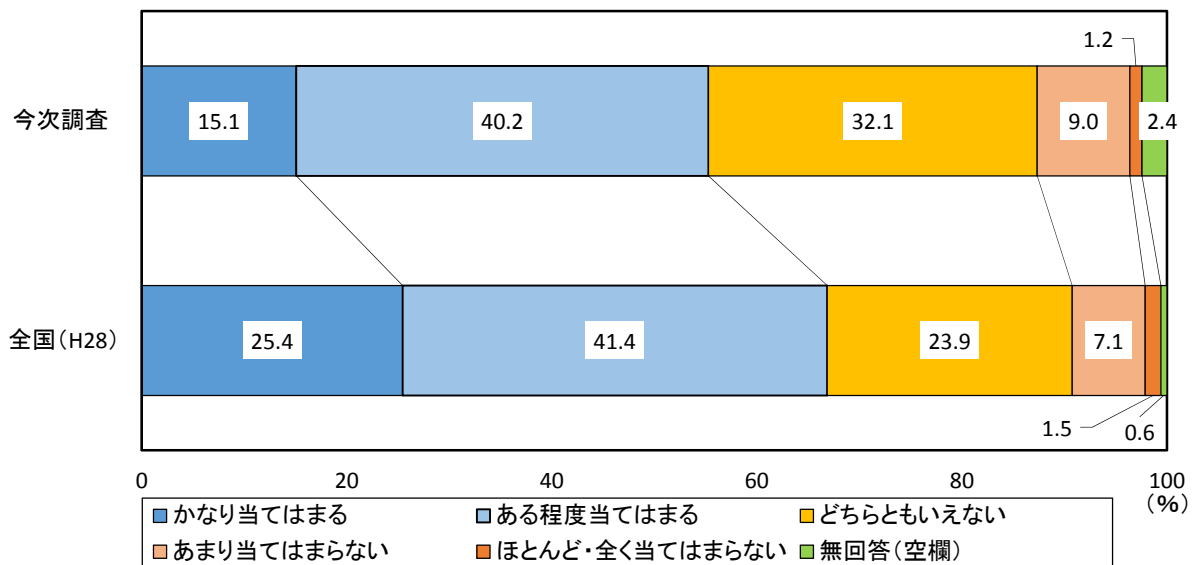
(エ) 多少高くても品質の良いものを選ぶ



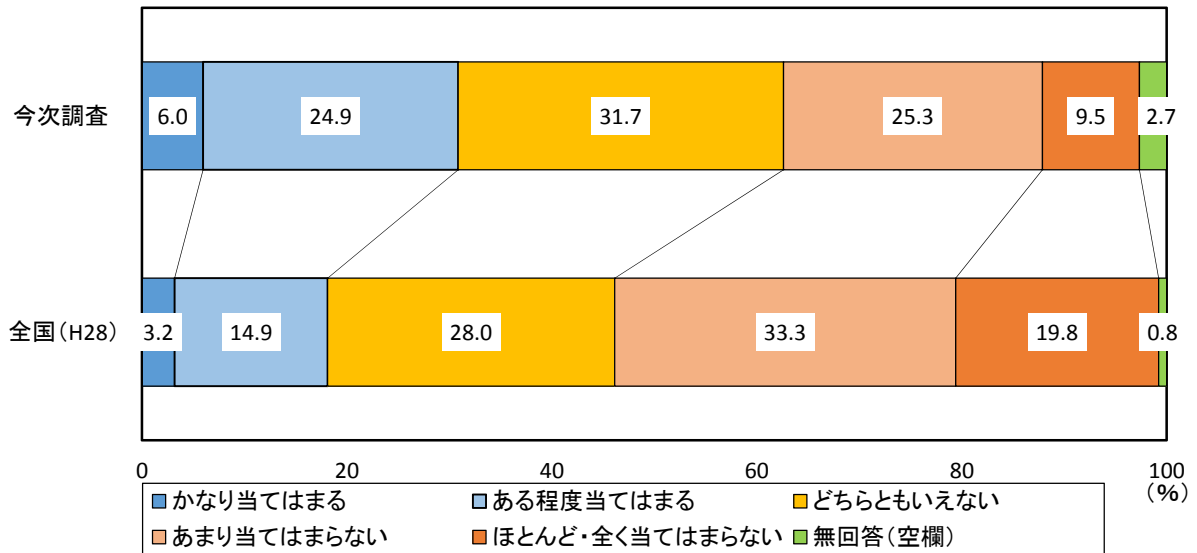
(オ) 買う前に機能・品質・価格等を十分に調べる



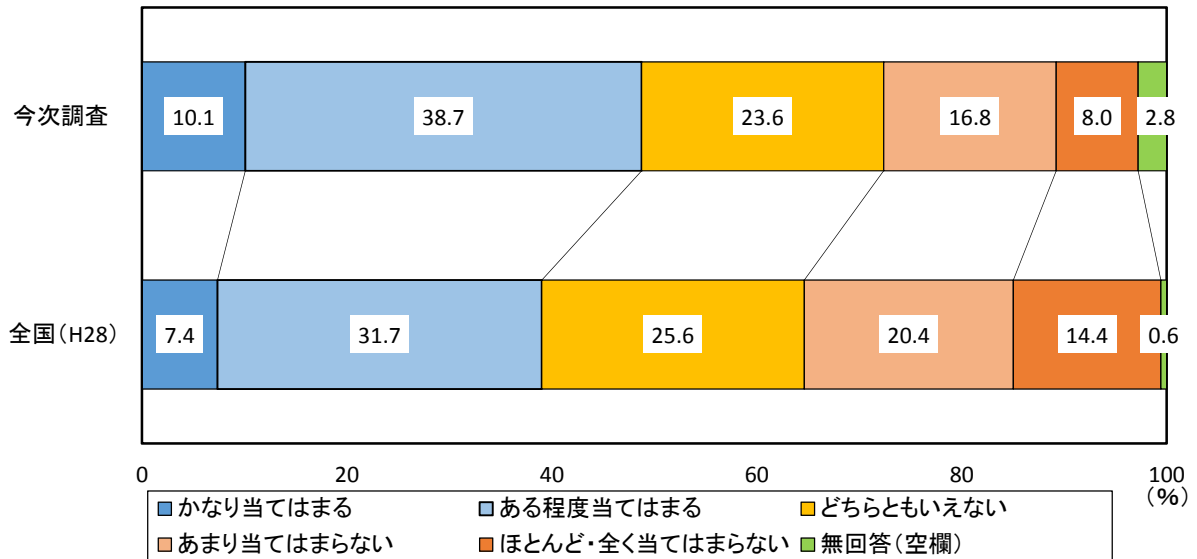
(カ) 実際に現物を見て商品を確認してから購入する



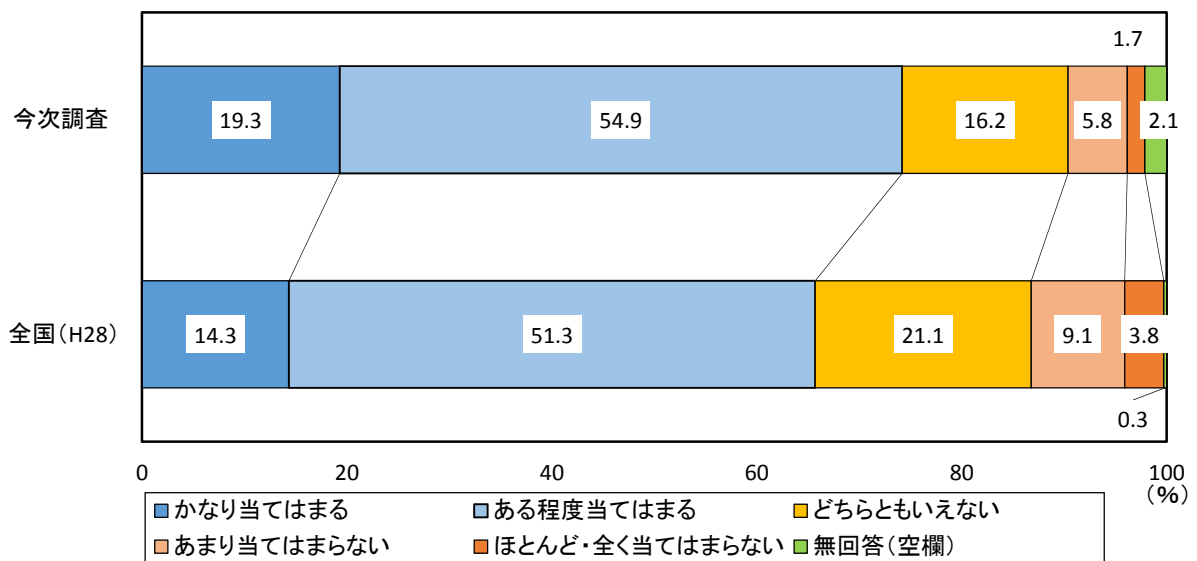
(キ) 強く勧められると断れない



(ク) 同じ商品・ブランドを購入することが多い



(ケ) 同じ店舗・事業者を利用することが多い



問2 あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心掛けていますか。  
(ア)～(カ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

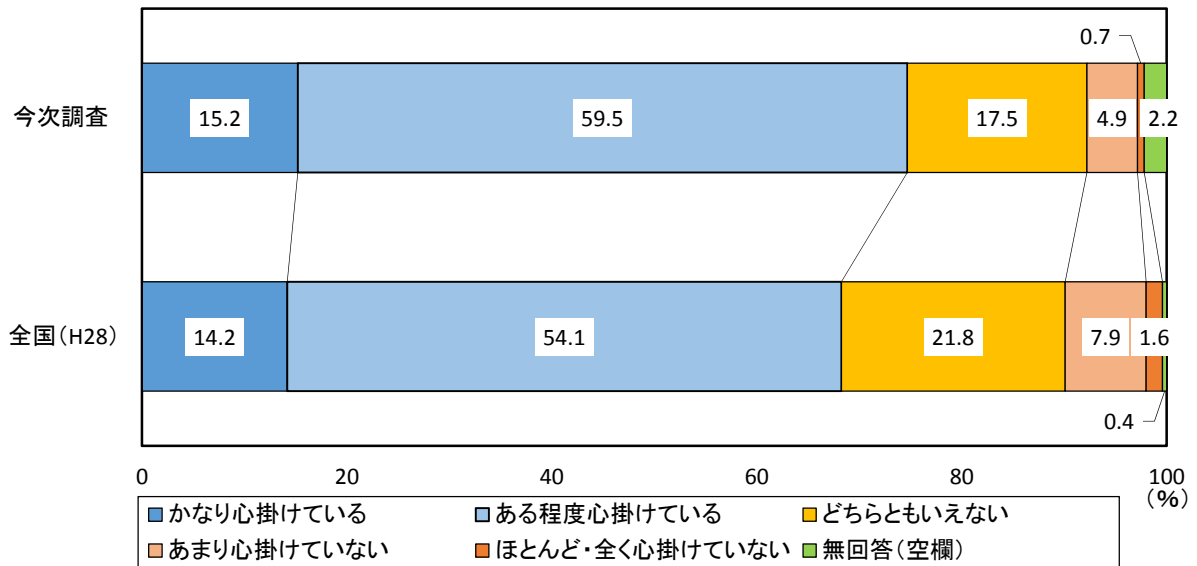
消費者として、各行動をどの程度心掛けているか聞いたところ、以下の図のような結果になっている。

「(ア) 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、74.7%の人が「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。)と回答している。全国(H28)と比べると、今次調査の方が、約6ポイント高い。この結果のうち、今次調査で最も回答者の割合が多い60代女性で比較したとき、「心掛けている」と回答した割合は、今次調査73.0%、全国(H28)71.2%となり、今次調査が僅かに高いものの、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、回答者が比較的高齢・女性が多数を占めるといった年齢・性別の構成上の違いが主な要因と考えられる。

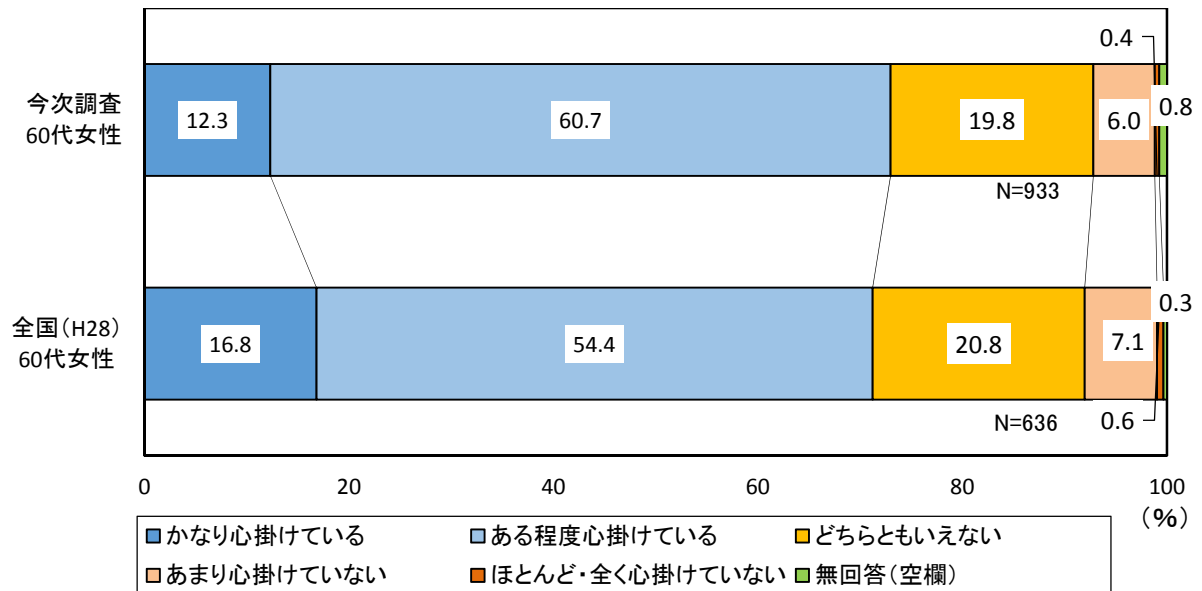
「(カ) 環境に配慮した商品やサービスを選択する」ことに対し、「心掛けている」と回答した人の割合は63.8%である。全国(H28)では、48.0%の人が「心掛けている」と回答しているが、今次調査の方が約16ポイント高く、より環境に配慮した商品を選んでいる傾向があると考えられる。この結果のうち、今次調査で最も回答者の割合が多い60代女性で比較したとき、今次調査71.3%、全国(H28)63.1%となり、今次調査が約8ポイント高い。このため、今次調査における回答者の環境への関心の高さは、年齢・性別の構成上の要因を差し引いてもなお、全国(H28)に比べ高いと考えられる。

また、全ての項目において、「心掛けている」と回答した人の割合は、今次調査の方が高い。

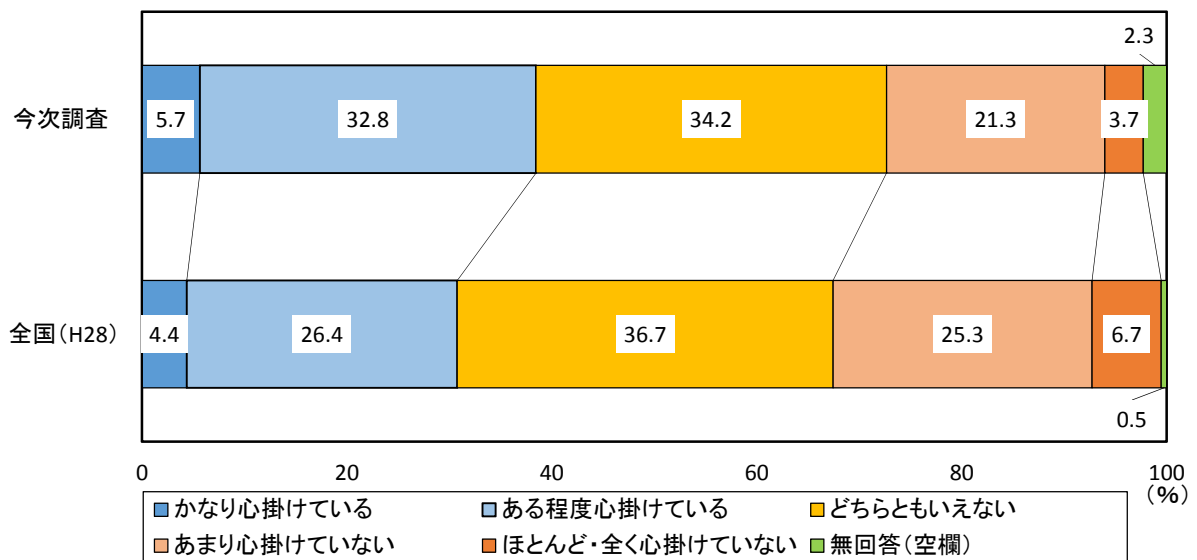
(ア) - 1 表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択する



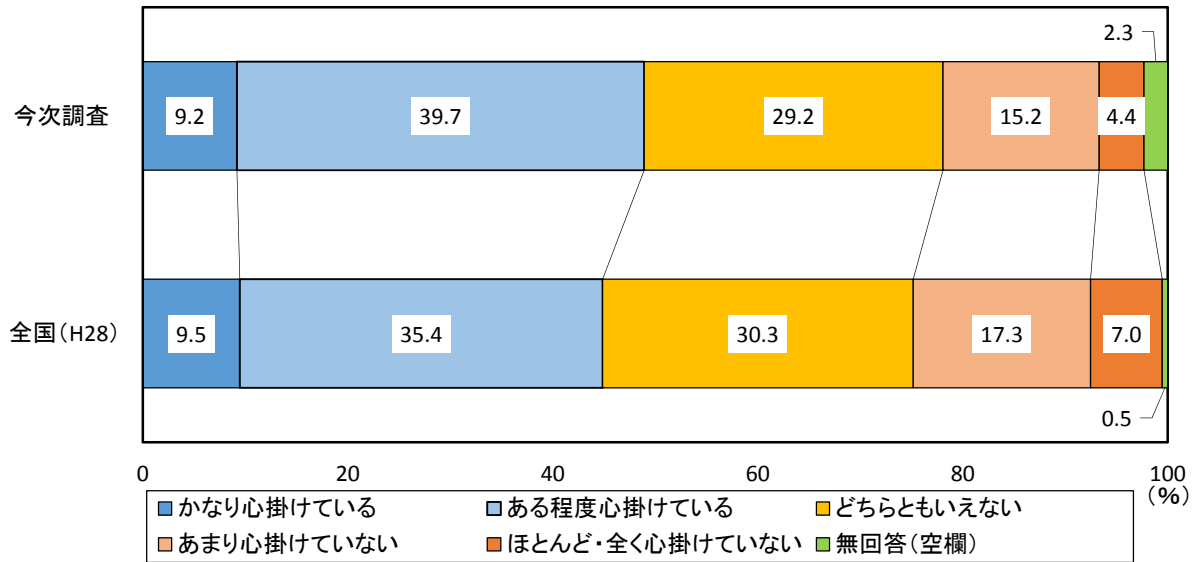
(ア) - 2 表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択する (60代女性比較)



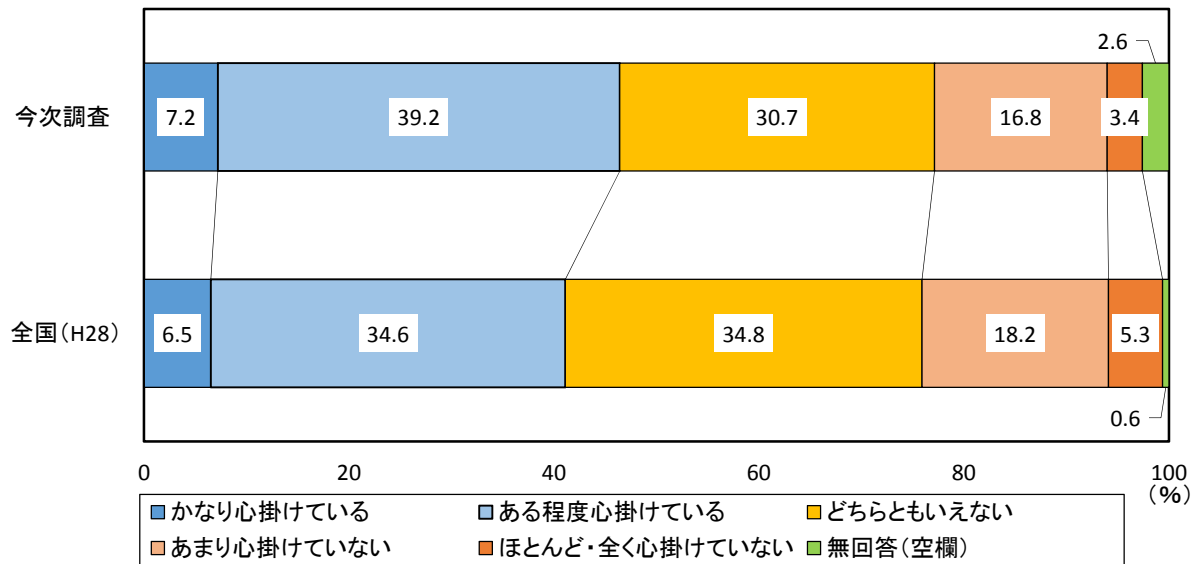
(イ) トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく



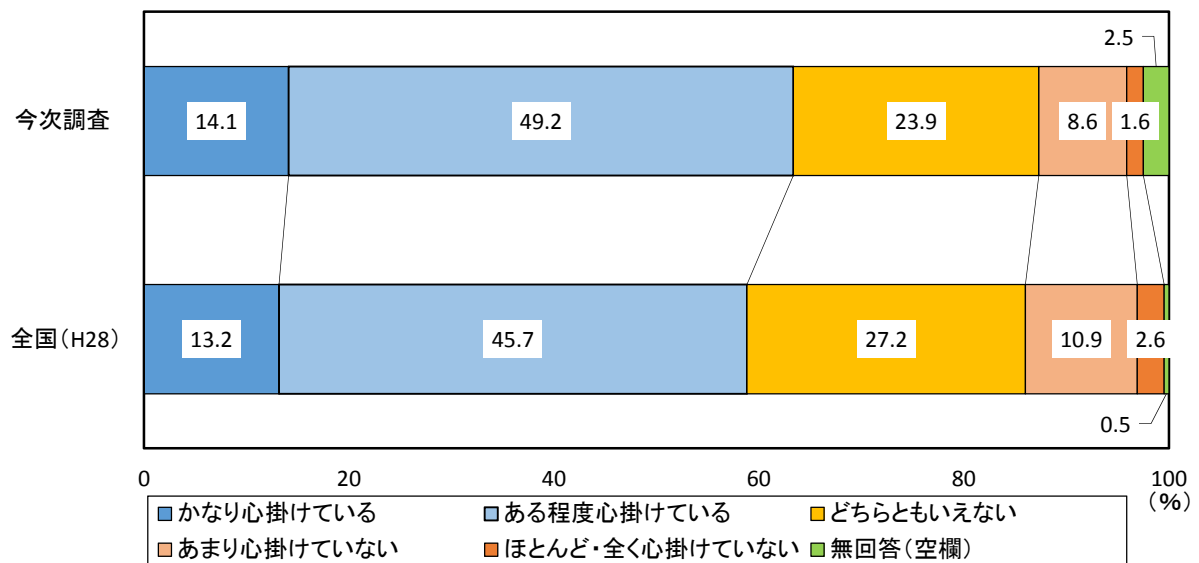
(ウ) 商品やサービスについて問題があれば、事業者に申立てを行う



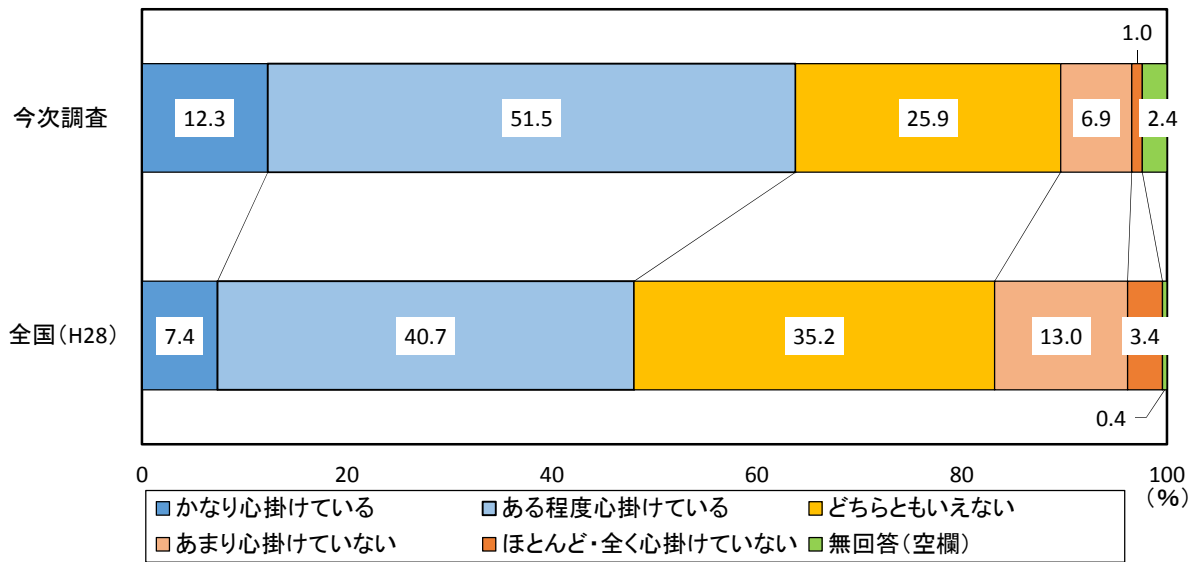
(エ) ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える



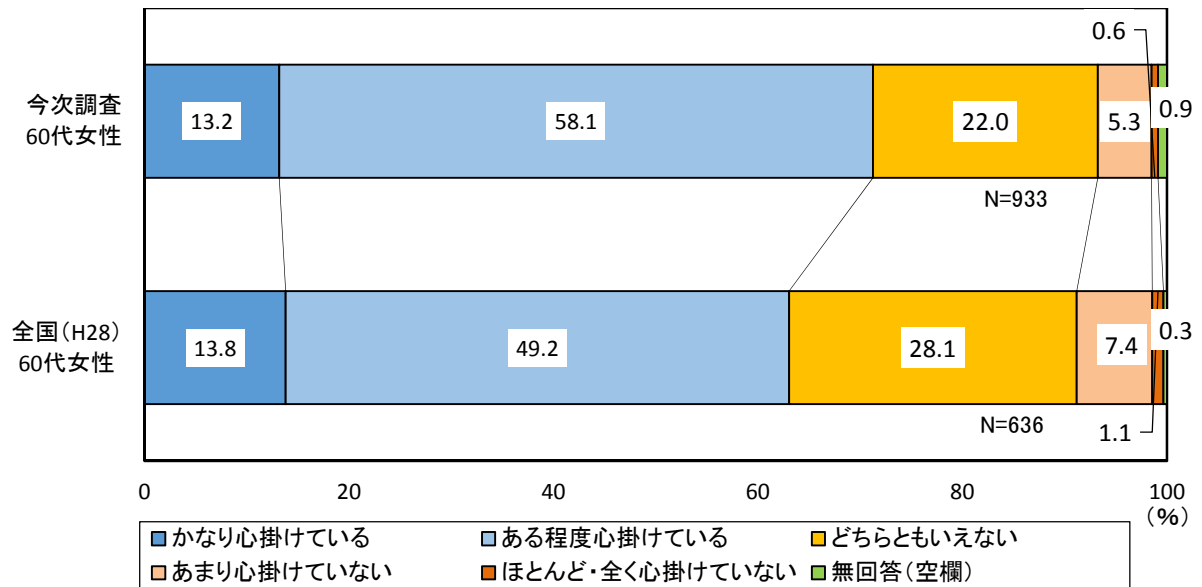
(オ) 個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる



(カ) - 1 環境に配慮した商品やサービスを選択する



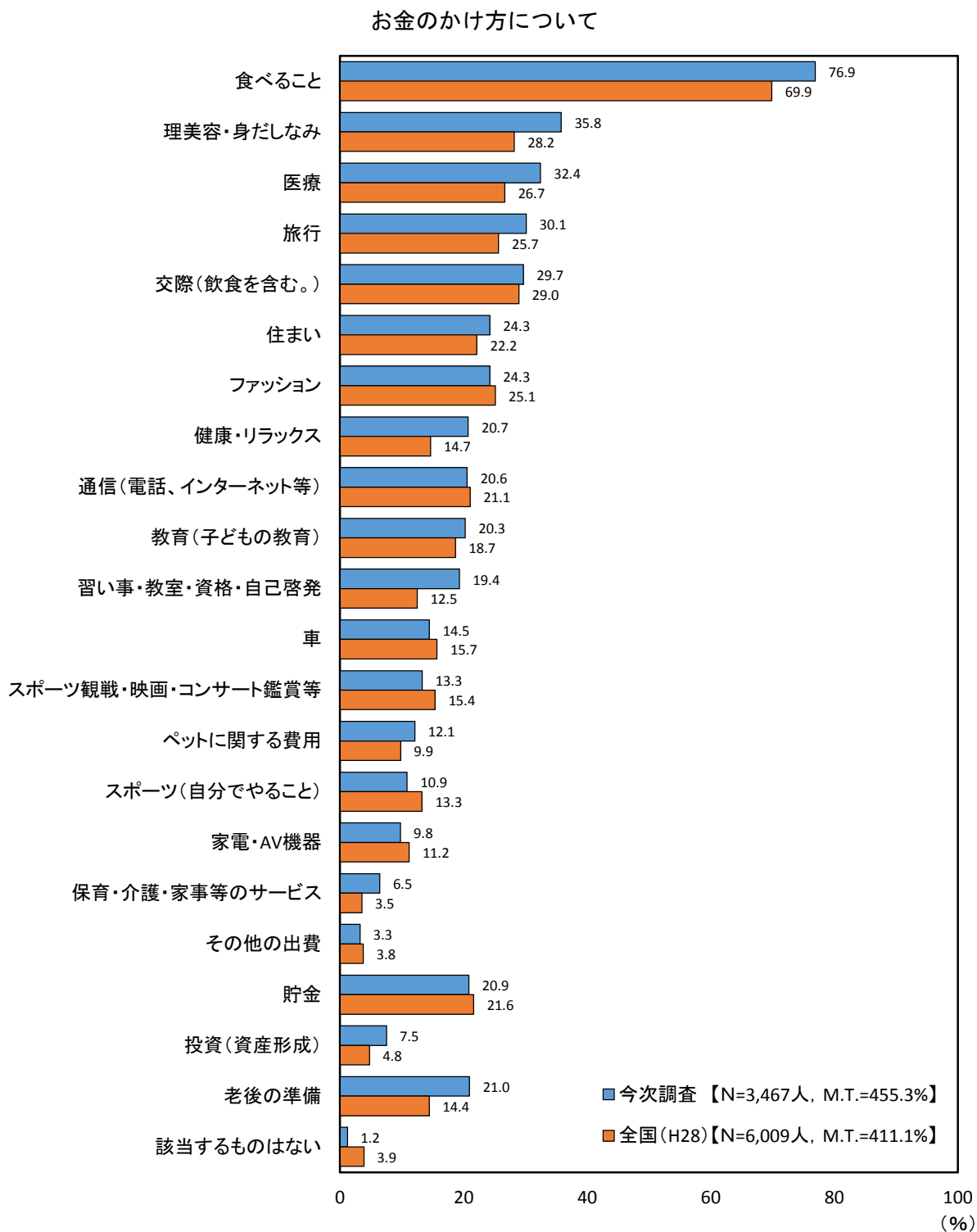
(カ) - 2 環境に配慮した商品やサービスを選択する (60代女性比較)



問3 あなたの「お金のかけ方」についてお聞きします。

(1) あなたが現在お金をかけているものを以下のうちいくつかもお選びください。

お金のかけ方について、現在お金をかけているものを聞いたところ、「食べること」を挙げた者の割合が76.9%と最も高く、以下、「理美容・身だしなみ」(35.8%)、「医療」(32.4%)、「旅行」(30.1%)の順となっている。全国(H28)では、「食べること」(69.9%)、「交際(飲食を含む。)」(29.0%)、「理美容・身だしなみ」(28.2%)、「医療」(26.7%)の順となっている。

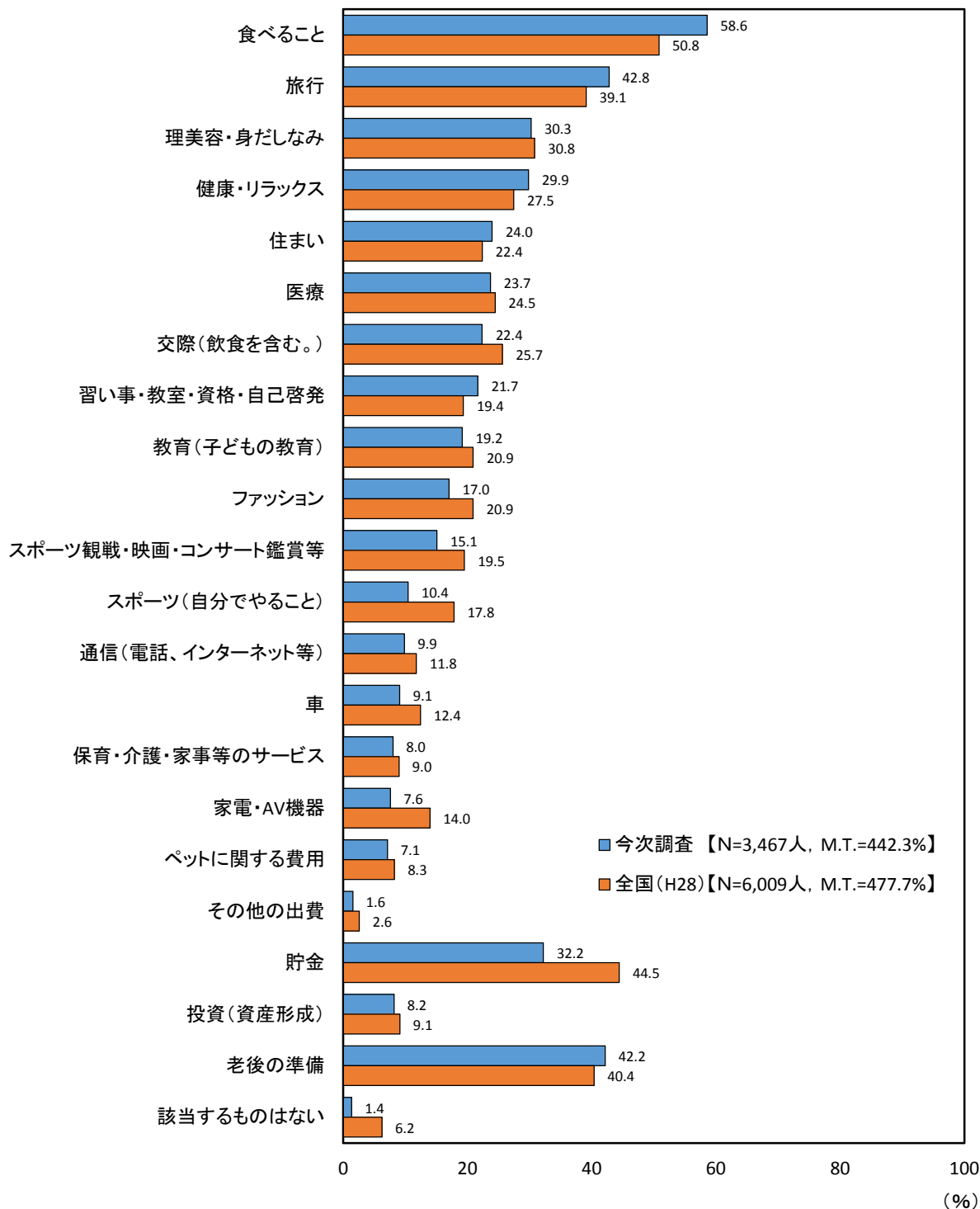




問3 あなたの「お金のかけ方」についてお聞きします。  
 (2) では、今後のお金のかけ方の御意向についてお聞きします。  
 ①あなたが「今後(も)お金をかけたい」と思っているものを以下のうちいくつかもお選びください。  
 ②あなたが「今後(も)節約していきたい」と思っているものを以下のうちいくつかもお選びください。

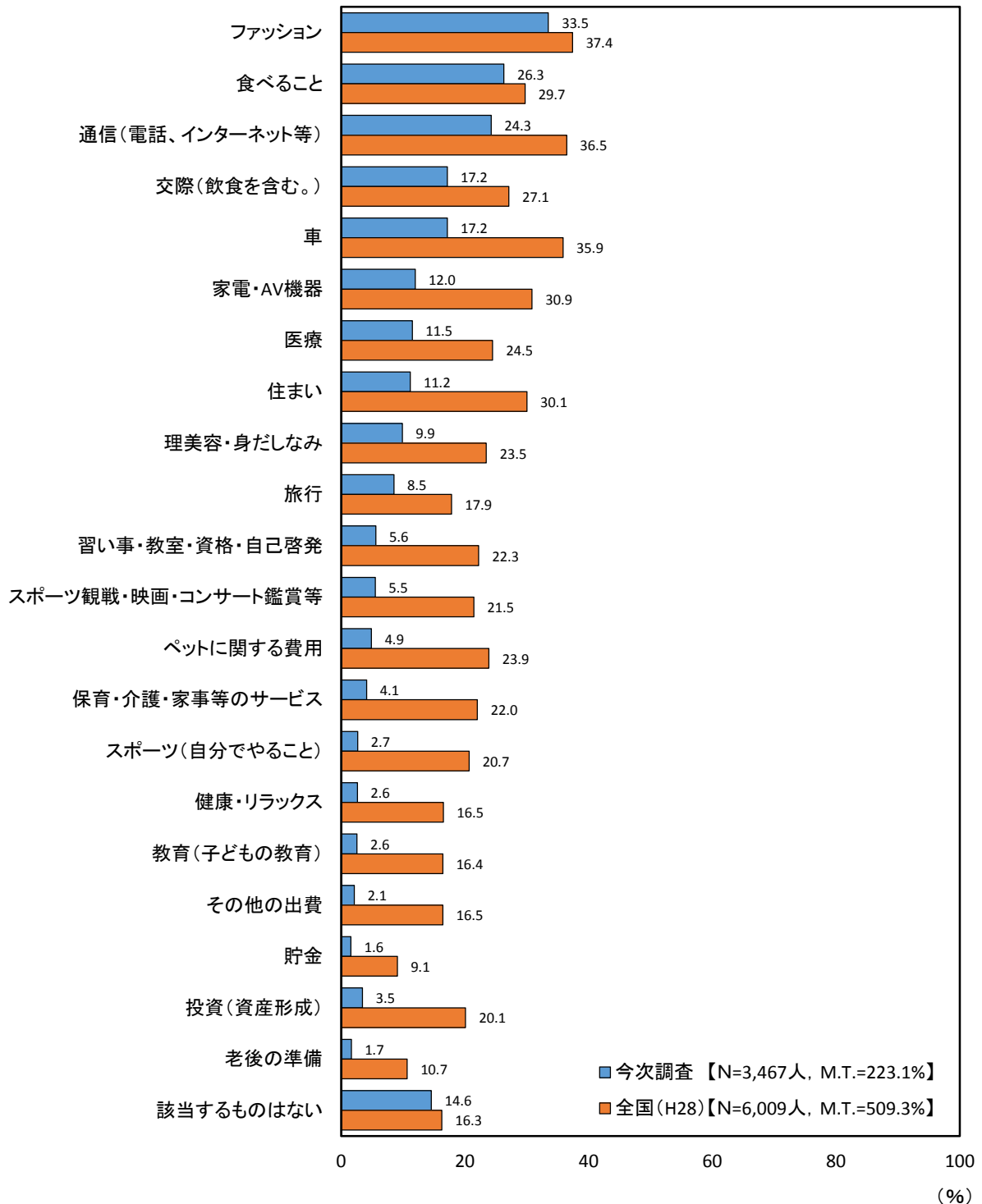
今後(も)お金をかけたいと思っているものについては、「食べること」を挙げた者の割合が58.6%と最も高く、以下、「旅行」(42.8%)、「老後の準備」(42.2%)、「貯金」(32.2%)の順となっている。全国(H28)では、「食べること」を挙げた者の割合が50.8%と最も高く、以下、「貯金」(44.5%)、「老後の準備」(40.4%)、「旅行」(39.1%)の順となっている。

今後(も)お金をかけたいものについて



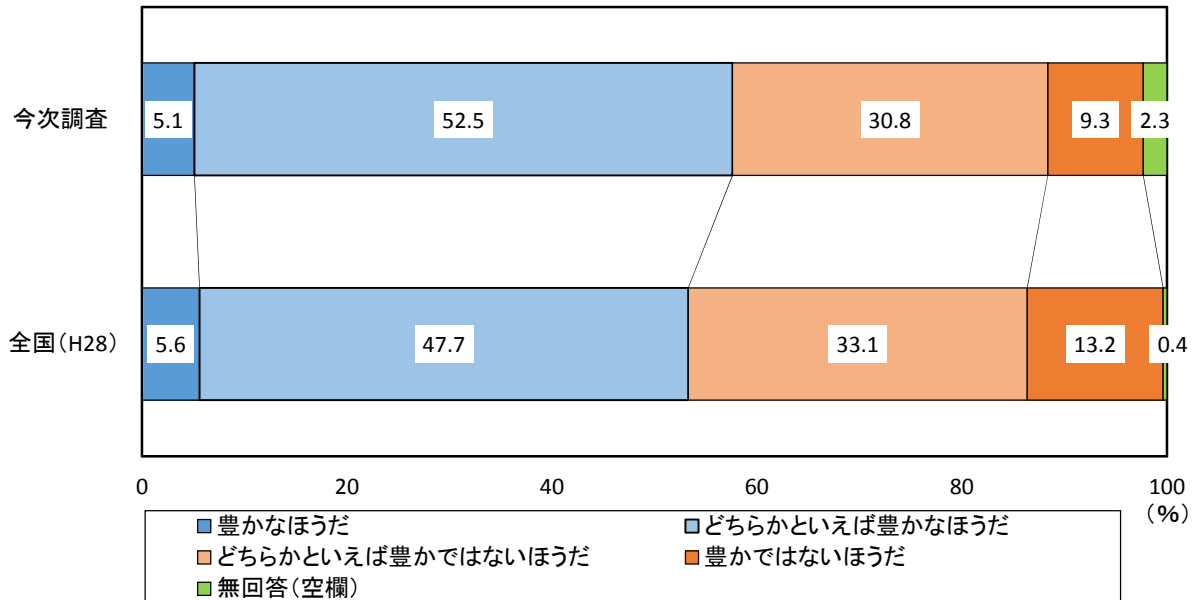
今後（も）節約していきたいと思っているものは、「ファッション」（33.5%）、「食べること」（26.3%）、「通信（電話、インターネット等）」（24.3%）の順となっている。全国（H28）では、「ファッション」（37.4%）、「通信（電話、インターネット等）」（36.5%）、「車」（35.9%）の順となっている。両アンケート調査に共通して高い回答となった「ファッション」は、ファストファッションの浸透もあり、節約志向が高まっていると推測される。また、「通信（電話、インターネット等）」は、スマートフォンの普及率の高まりとともに通信費の負担感が増していることや、格安スマホの浸透による節約志向の高まりが考えられる。今次調査の当設問（問3）における複数回答の回答率（M.T.）は、同問1及び問2と比べると、約半分と少ない。

今後（も）節約していきたいものについて



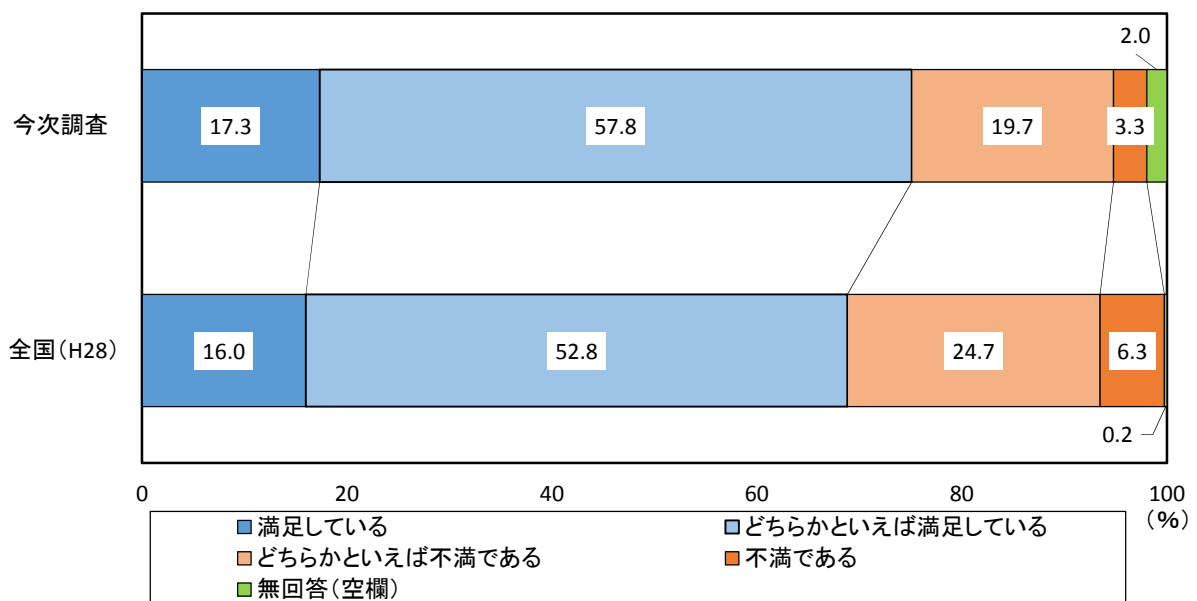
問4 あなたの生活は、経済的にどの程度豊かだと思いますか。  
 当てはまるものを1つお選びください。

経済的な豊かさの程度を聞いたところ、「豊かだ」（「豊かなほうだ」と「どちらかといえば豊かなほうだ」の合計。）と回答した人は、57.6%と半数を上回っている。全国（H28）との差は、ほとんど見られない。



問5 あなたは、現在の生活にどの程度満足していますか。  
 当てはまるものを1つお選びください。

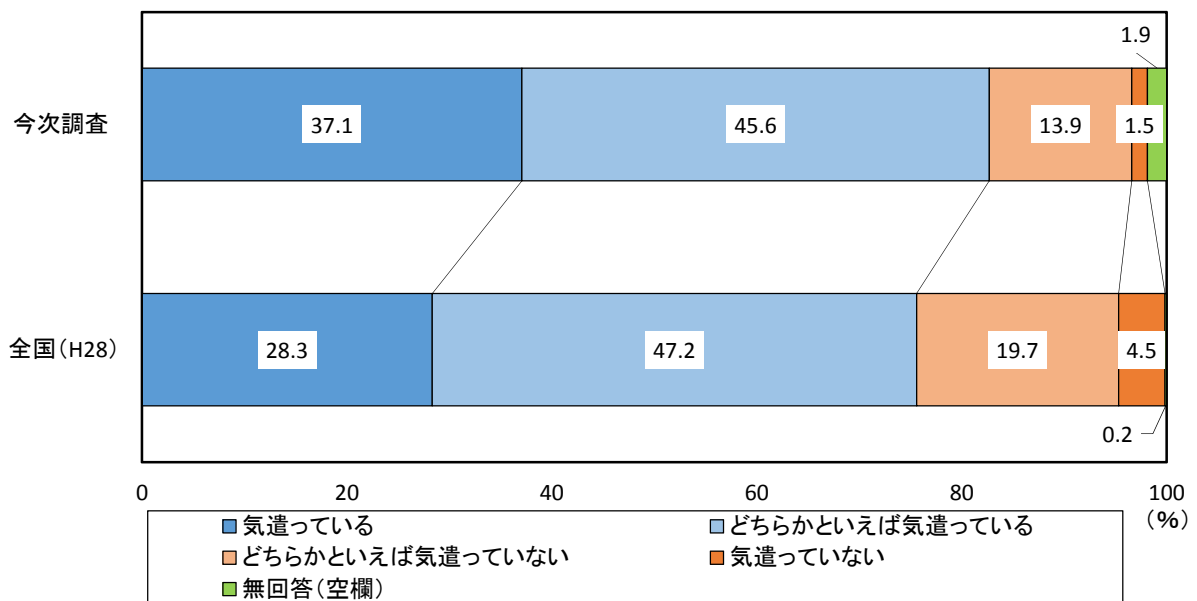
現在の生活への満足度を聞いたところ、「満足」（「満足している」と「どちらかといえば満足している」の合計。以下同じ。）と回答した人は75.1%となっている。およそ4人のうち3人は、自らの生活に満足していることが分かった。全国（H28）では、「満足」が68.8%である。



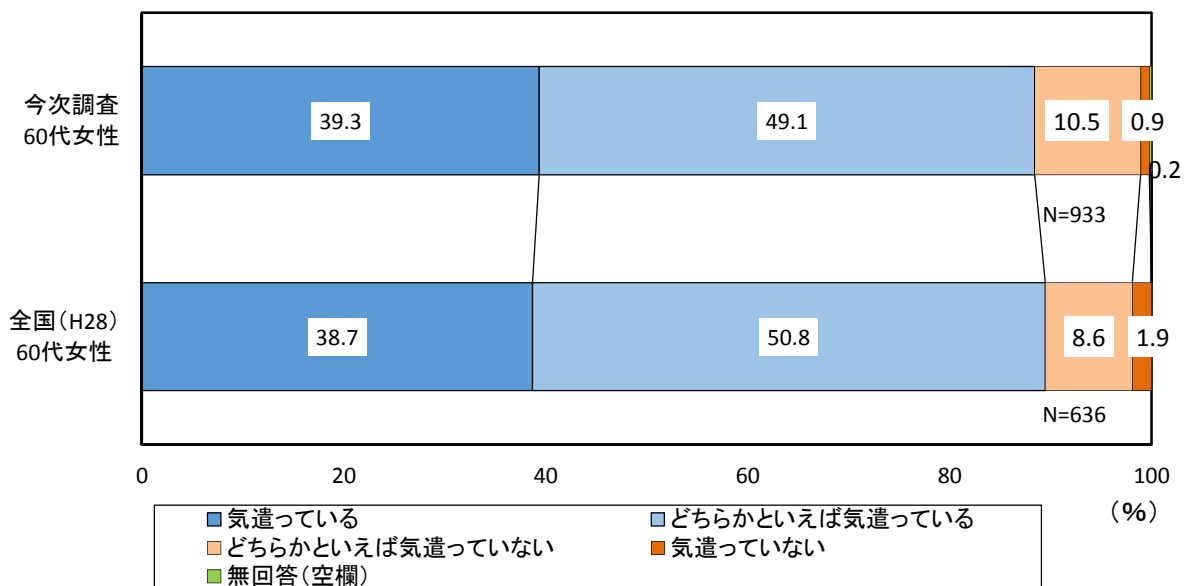
問6 あなたは、日頃自分の健康に気遣っていると思いますか。  
 当てはまるものを1つお選びください。

日頃自分の健康に気遣っていると思うかを聞いたところ、「気遣っているほうだ」（「気遣っている」と「どちらかといえば気遣っている」の合計。以下同じ。）と回答した人の割合は 82.7%と、8割を超えている。全国（H28）でも「気遣っているほうだ」と回答した人の割合は7割を超えているが、今次調査では、「気遣っている」の回答に限っても、4割弱の回答があり、健康に対する関心の高さがうかがえる。この結果のうち、今次調査で多数を占める60代女性と比較したとき、「気遣っているほうだ」と回答した割合は、今次調査 88.4%、全国（H28）89.5%となり、今次調査が僅かに低いものの、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、回答者が比較的高齢・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。

問6-1 日頃自分の健康に気遣っていると思いますか

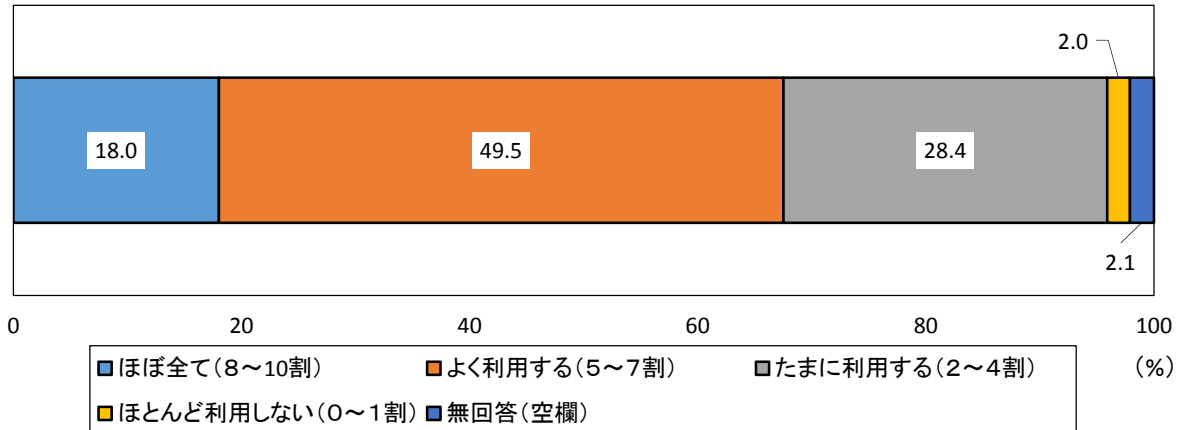


問6-2 日頃自分の健康に気遣っていると思いますか（60代女性比較）



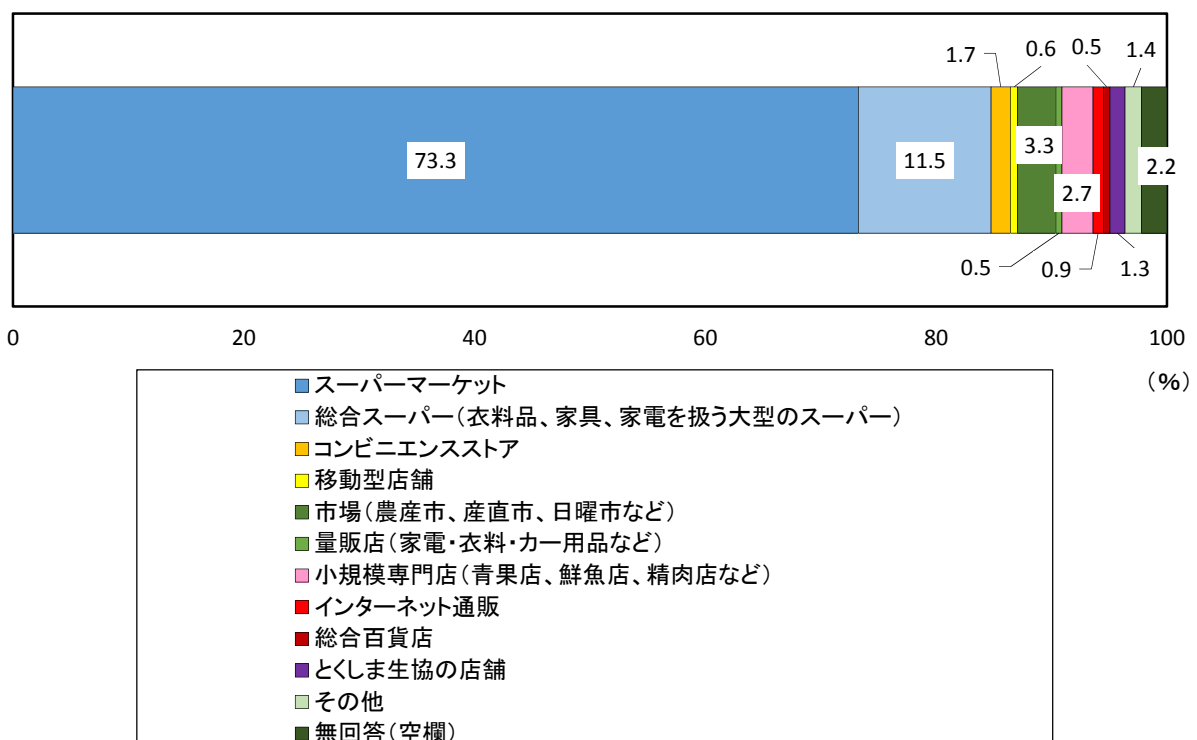
問7 あなたが、商品をとくしま生協（宅配）で購入する割合はどの程度ですか。  
当てはまるものを1つお選びください。

商品をとくしま生協（宅配）で購入する割合はどの程度かを聞いたところ、「よく利用する（5～7割）」（49.5%）、「たまに利用する（2～4割）」（28.4%）、「ほぼ全て（8～10割）」（18.0%）の順となっている。



問8 あなたが、商品を購入する中で、とくしま生協（宅配）以外で、最も利用する場所又は方法はどれですか。当てはまるものを1つお選びください。

商品を購入する中で、とくしま生協（宅配）以外で、最も利用する場所又は方法を聞いたところ、「スーパーマーケット」（73.3%）、「総合スーパー（衣料品、家具、家電を扱う大型のスーパー）」（11.5%）、「市場（農産市、産直市、日曜市など）」（3.3%）となっている。とくしま生協（宅配）以外の日常の買物では、スーパーマーケットを利用している方が、7割強となっている。

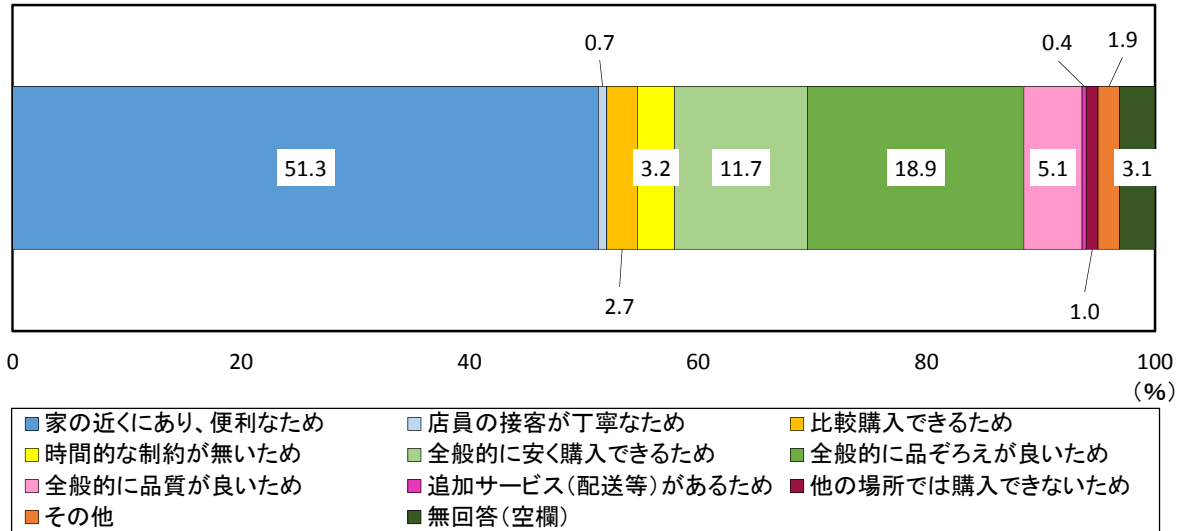


※「その他」の記述欄に示される項目に該当する記載のあった回答については、「その他」の選択肢から除き、該当する選択肢に計上した。

問9 あなたが問8の「最も利用する場所又は方法」を選んだ理由はどれですか。最も当てはまるものを1つお選びください。

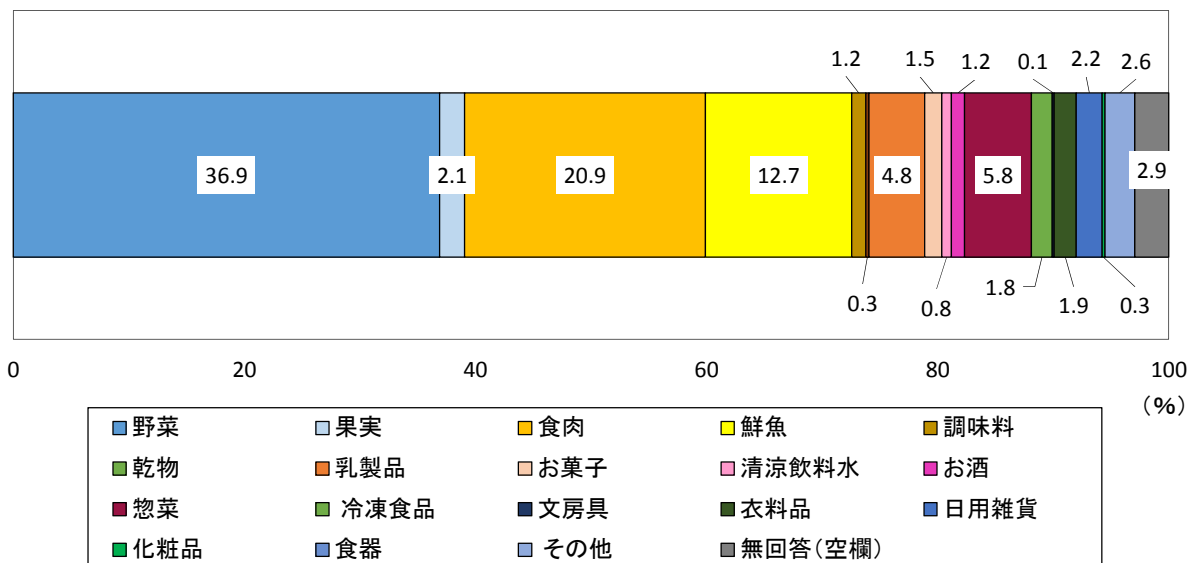
問8の「最も利用する場所又は方法」を選んだ理由を聞いたところ、「家の近くにあり、便利のため」(51.3%)、「一般的に品ぞろえが良いため」(18.9%)、「全般的に安く購入できるため」(11.7%)の順となっている。

回答者の5割強が、「家の近くにあり、便利のため」と回答しており、日々の買物では利便性を重視していると考えられる。



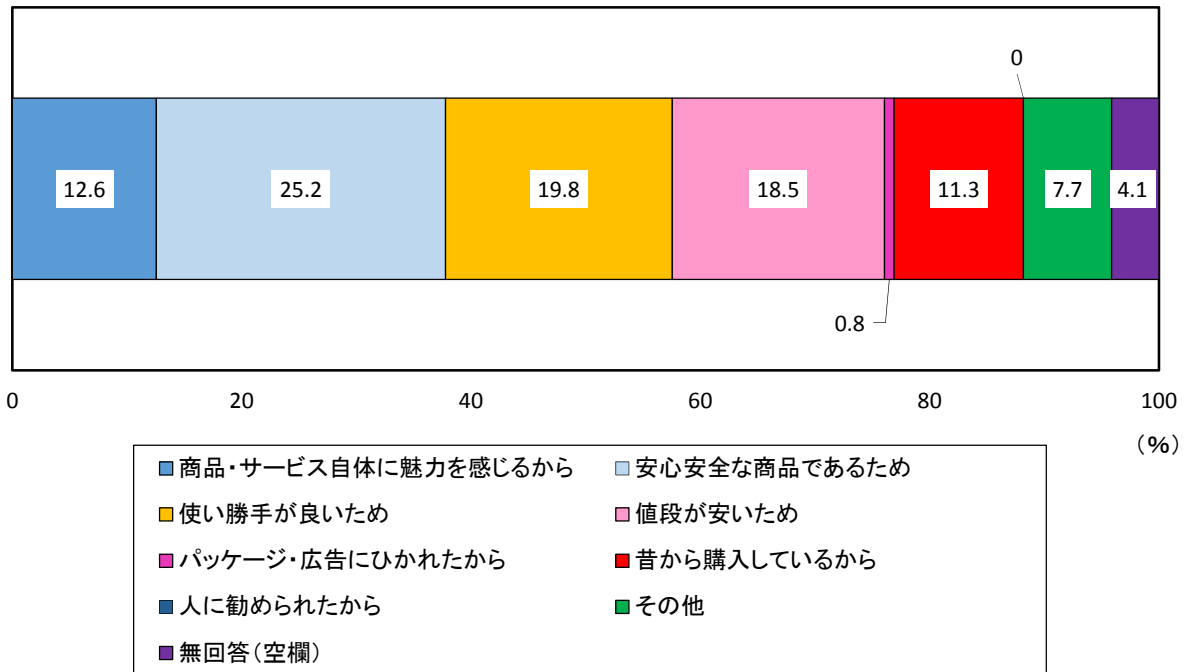
【問8でお答えになった「最も利用する場所又は方法」を前提にお答えください。】  
問10 あなたが、最もよく購入する商品を1つお選びください。

問8の「最も利用する場所又は方法」で最もよく購入する商品を聞いたところ、「野菜」(36.9%)、「食肉」(20.9%)、「鮮魚」(12.7%)の順となっている。4割弱の方が、最もよく購入する商品が「野菜」となっている。



【問 10 でお答えになった「最もよく購入する商品」についてお答えください】  
 問 11 あなたが、商品を選択する理由はどれですか。当てはまるものを1つお選びください。

問 10 の「最もよく購入する商品」を選択する理由を聞いたところ、「安心安全な商品であるため」(25.2%)、「使い勝手が良いため」(19.8%)、「値段が安い」(18.5%) の順となっている。「安心安全な商品であるため」を選んだ方が 25.2% と約 4 分の 1 を占めている。



問 12 問 8 (最も利用する場所又は方法) 及び問 10 (最もよく購入する商品) の回答について具体的にお書き下さい。

問 12 については、自由記述方式により、2,678 人から回答を得た。回答の概要は以下のとおり。

(最も利用する場所又は方法)

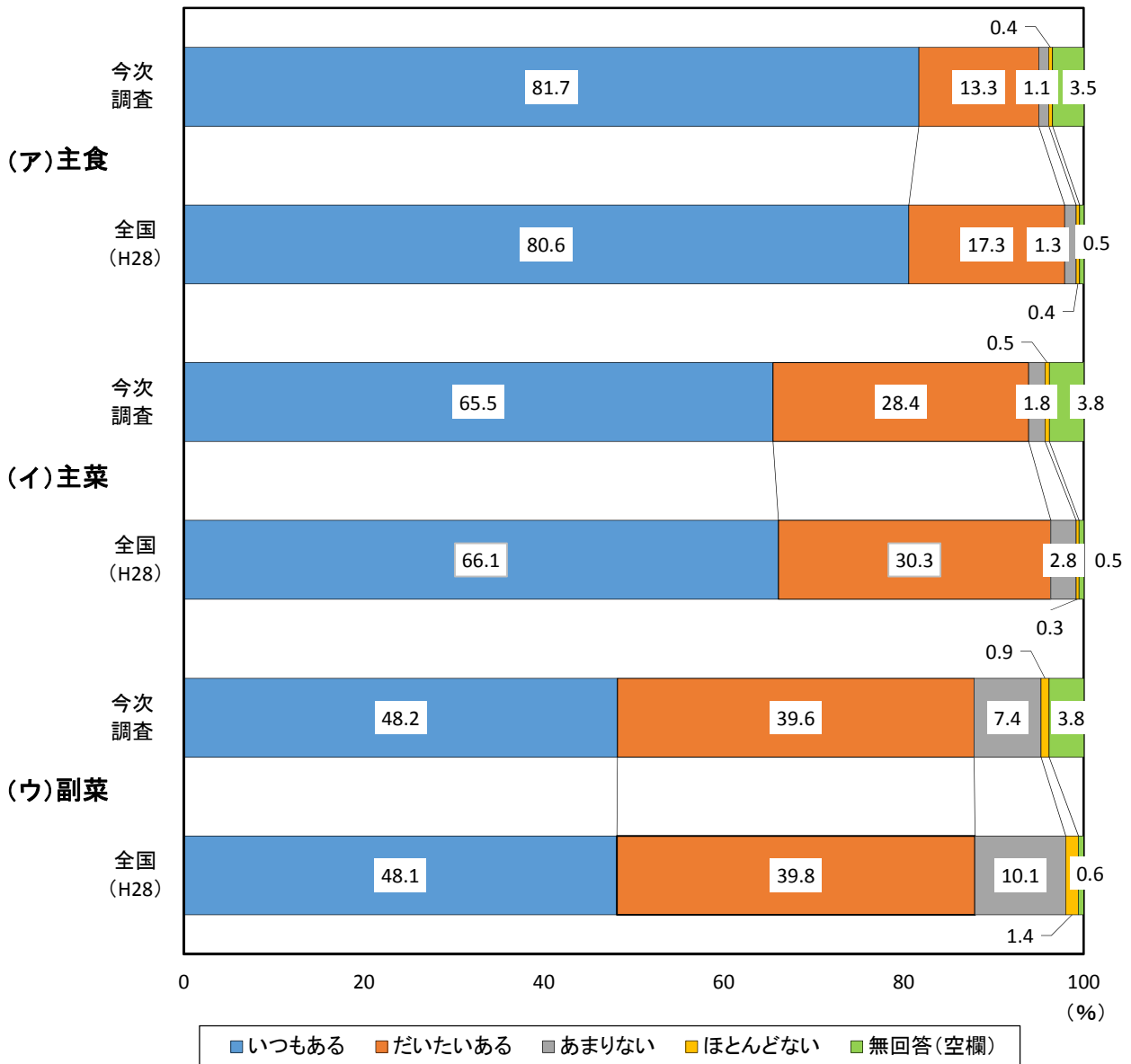
- ・家の近くのスーパーマーケットや、産直市を利用するという意見や、職場の近くの店舗を利用するという意見が多い。
- ・「高齢」、「移動手段の有無」、「住居環境」等により、買物手段に限られる者が、「宅配サービス」、「移動販売」の恩恵を強く感じているという回答も複数ある。

(最もよく購入する商品)

- ・「野菜」、「食肉」、「鮮魚」といった生鮮食品の回答が多い。
- ・高齢や少人数を理由とした中食利用を目的とした、「惣菜」や「弁当」等の出来合い品の回答も多い。

問13 あなたがとる普段の1日の食事に「主食（ごはん、パン、麺など）」、「主菜（肉・魚・卵・大豆製品などを使ったメインの料理）」、「副菜（野菜・きのこ・いも・海藻などを使った小鉢・小皿の料理）」の料理がありますか。  
 (ア)～(ウ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

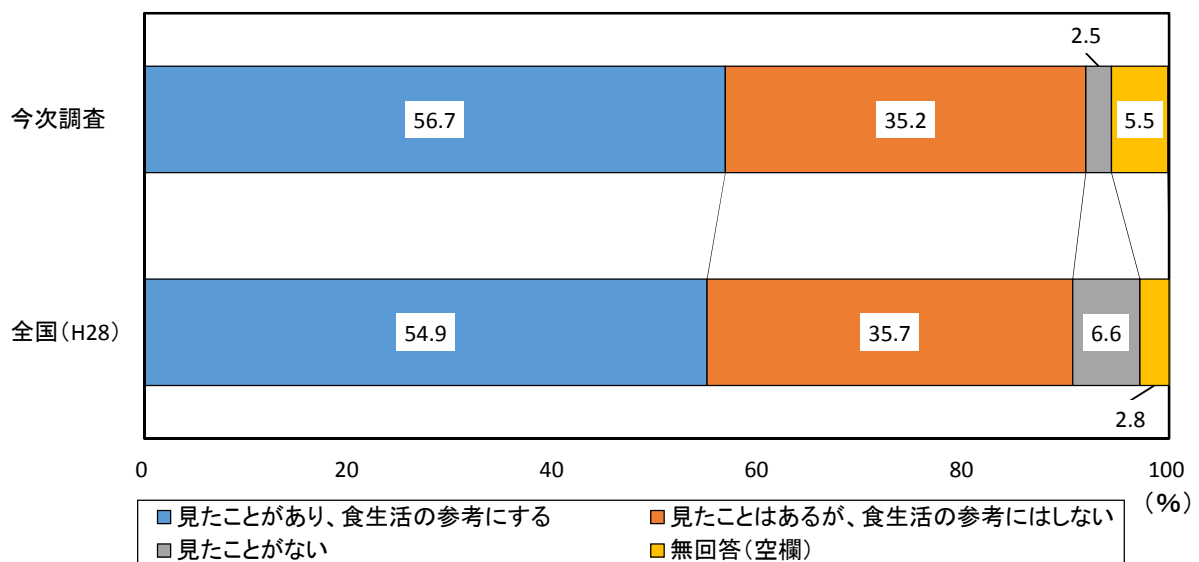
普段の1日の食事に「主食」、「主菜」、「副菜」の料理があるかを聞いた。「ある」（「いつもある」と「だいたいある」の合計。）の割合を比べると、「主食」は95.0%、「主菜」も93.9%と高く、「副菜」は87.8%と少し低い。また、全国（H28）と比較したところ、各項目においてほとんど差は見られない。





問 14 下図は食品の容器包装にある栄養成分表示です。あなたは、このような表示を見たことがありますか。当てはまるものを1つお選びください。

食品の容器包装にある栄養成分表示を見たことがあるか聞いたところ、「見たことがあり、食生活の参考にする」は 56.7%と過半数である。「見たことはあるが、食生活の参考にはしない」は 35.2%で、これらを合わせた「見たことがある」人は 92.0%と9割を占めている。全国（H28）でも、90.6%の人が「見たことがある」と回答しており、両アンケート調査の差は、ほとんど見られない。



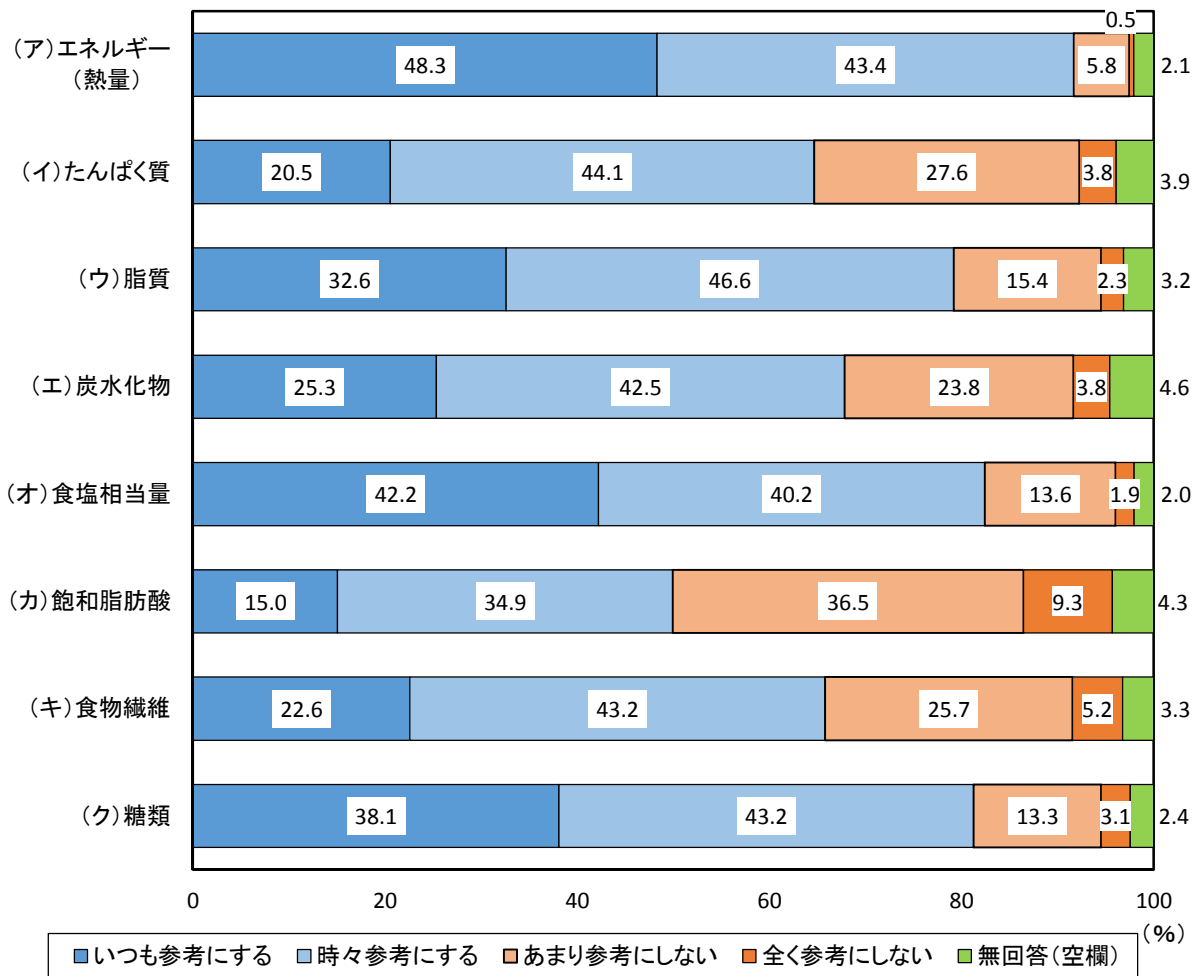
【問 14 で「1. 見たことがあり、食生活の参考にする」とお答えになった方にお聞きします。】  
付問 1 あなたは、以下の項目をどの程度参考にしていますか。  
(ア)～(キ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

食品の容器包装にある栄養成分表示を見たことがあり、食生活の参考にすると答えた人（1,967人）に、各項目についてどの程度参考にしているか聞いたところ、以下の図のような結果になっている。なお、今次調査では、全国（H28）の回答項目にはなかった「糖類」の項目を追加している。

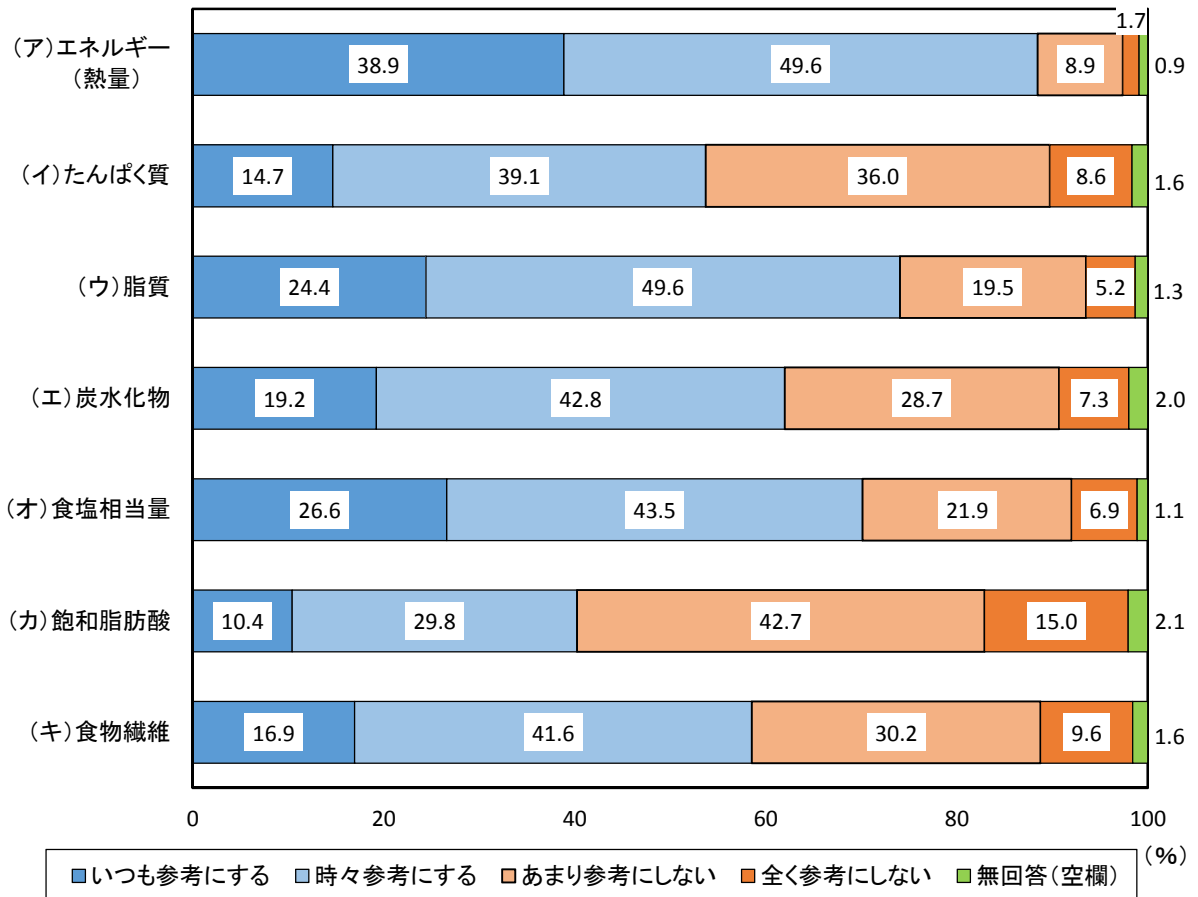
今次調査では、(ア)～(ク)の8項目で、「参考にする」（「いつも参考にする」と「時々参考にする」の合計。以下同じ。）の割合が高い順に並べると、「エネルギー（熱量）」（91.7%）が最も高く、以下、「食塩相当量」（82.4%）、「糖類」（81.2%）の順となっている。

一方、全国（H28）では（ア）～（キ）の7項目で、「参考にする」の割合が高い順に並べると、「エネルギー（熱量）」（88.5%）が最も高く、以下、「脂質」（74.1%）、「食塩相当量」（70.2%）の順となっている。また、「いつも参考にする」という点にのみ着目してみると、全ての項目において今次調査の方が高い。中でも「食塩相当量」は約15ポイント高い。

今次調査



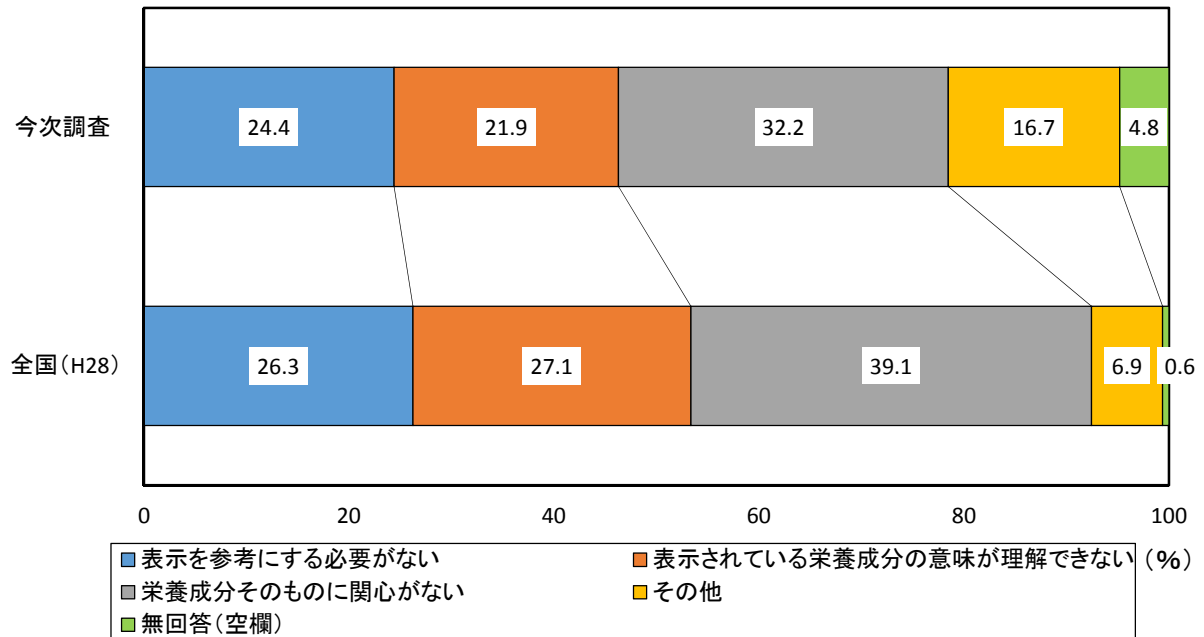
全国 (H28)



【問 14 で「2. 見たことはあるが、食生活の参考にはしない」とお答えになった方にお聞きします。】

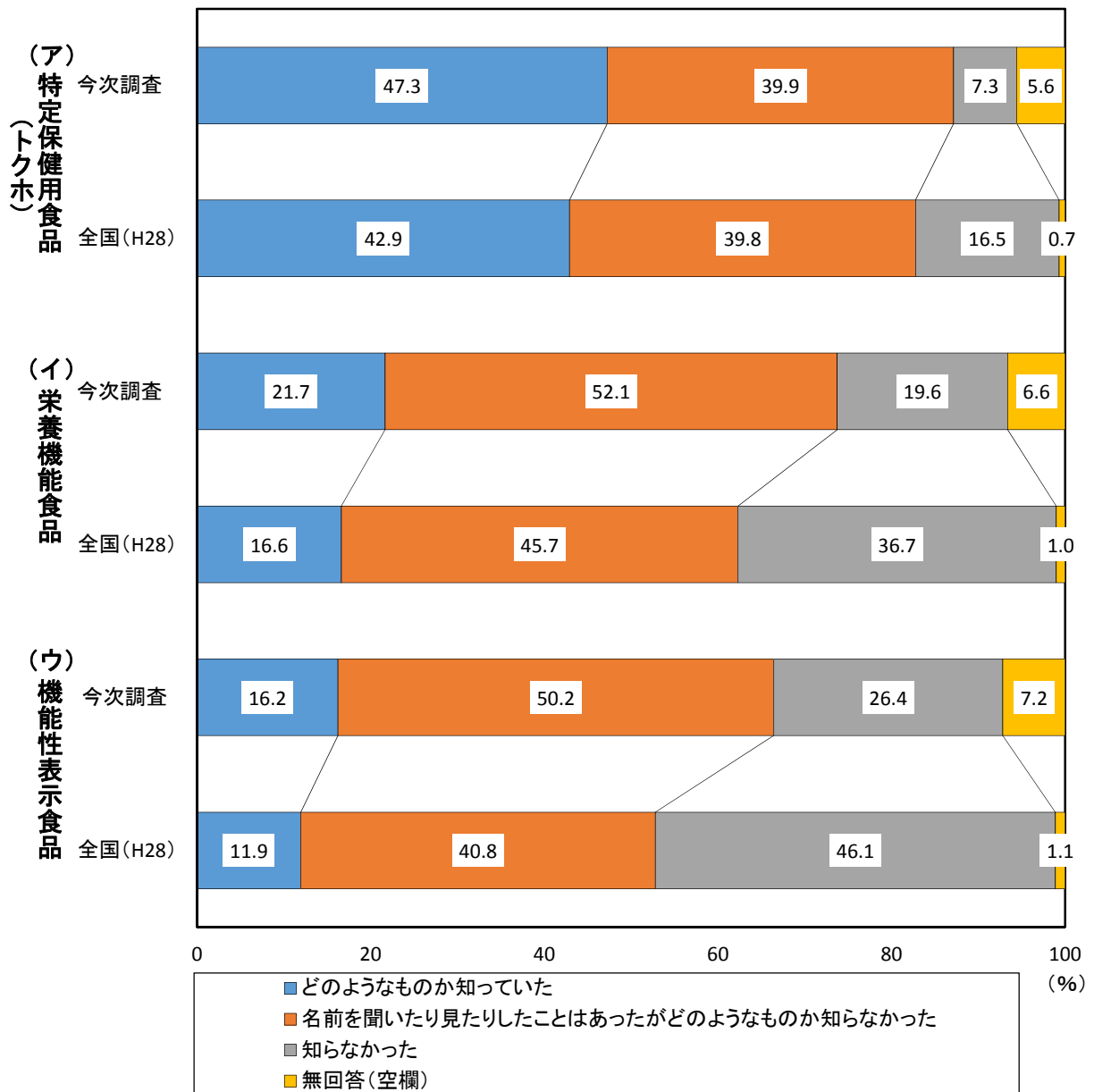
付問 2 栄養成分表示を参考にしない理由についてお聞きします。当てはまるものを 1 つお選びください。

栄養成分表示を見たことはあるが、食生活の参考にはしない人（1,221 人）に、参考にしない理由を聞いたところ、「栄養成分そのものに関心がない」と答えた人の割合が 32.2%と最も高い。以下、「表示されている栄養成分の意味が理解できない」が 21.9%、「表示を参考にする必要がない」が 24.4%の順となっており、全国（H28）との差はほとんど見られない。



問 15 あなたはこのような保健機能食品を知っていましたか。  
 (ア)～(ウ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

保健機能食品の認知度を聞いたところ、以下の図のような結果になっている。(ア)～(ウ)の3項目で、「どのようなものか知っていた」の割合を高い順に並べると、「特定保健用食品(トクホ)」が47.3%で最も高く、以下、「栄養機能食品」21.7%、「機能性表示食品」16.2%の順となっている。全国(H28)と比較してみると、今次調査の方が各項目において「どのようなものか知っていた」の割合が約5ポイント高くなっている。



【問15で、(ア)～(ウ)のいずれかで「1. どのようなものか知っていた」又は「2. 名前を聞いたり見たりしたことはあったがどのようなものか知らなかった」とお答えになった方にお聞きします。】

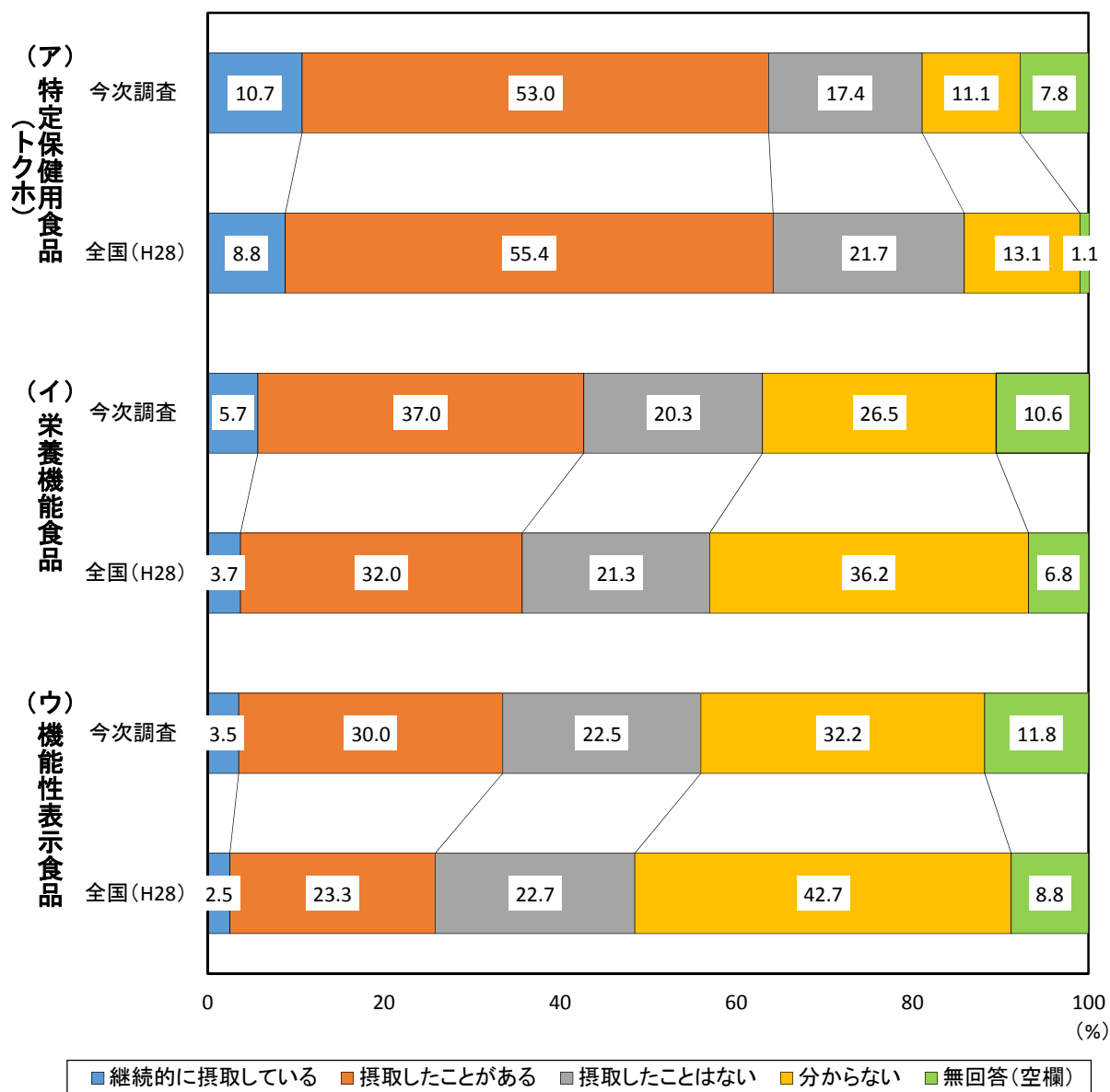
付問1 あなたはこの1年間に保健機能食品を摂取したことがありますか。

(ア)～(ウ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

保健機能食品のいずれかを知っていた人(3,242人)に、この1年間の保健機能食品の摂取状況を聞いたところ、以下の図のような結果になっている。

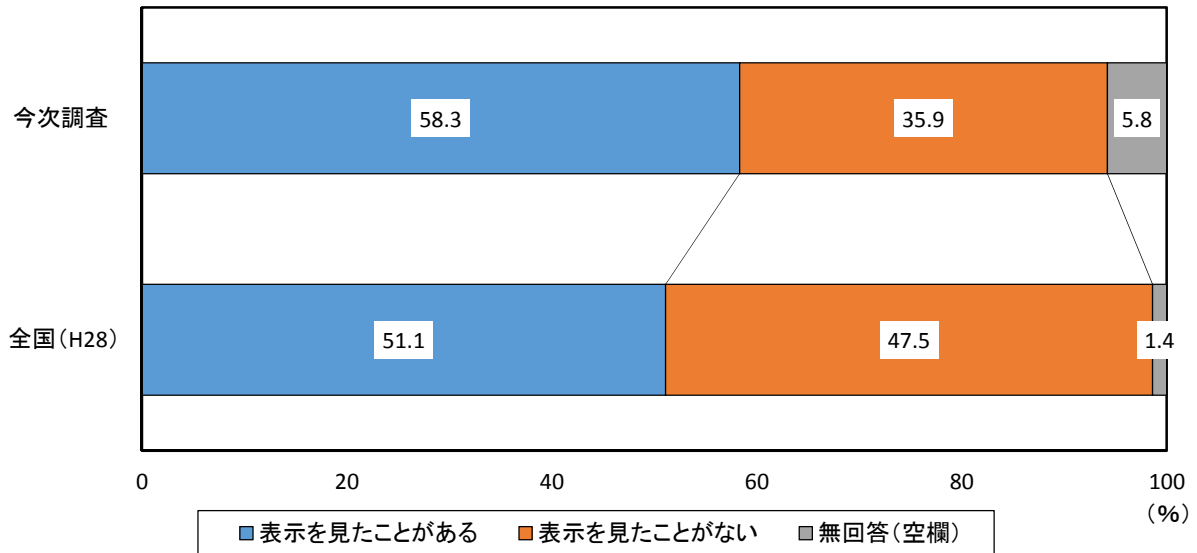
「特定保健用食品(トクホ)」は「継続的に摂取している」と答えた人の割合が10.7%、「摂取したことがある」が53.0%で、この1年間に摂取している人は6割を超えている。「栄養機能食品」は、「継続的に摂取している」が5.7%、「摂取したことがある」が37.0%となっている。「機能性表示食品」は、「継続的に摂取している」が3.5%、「摂取したことがある」が30.0%となっている。

今次調査と全国(H28)を比較して見ると、「継続的に摂取している」と「摂取したことがある」を合わせた1年以内に摂取したことがある人の割合が「栄養機能食品」と「機能性表示食品」で今次調査の方が高い。



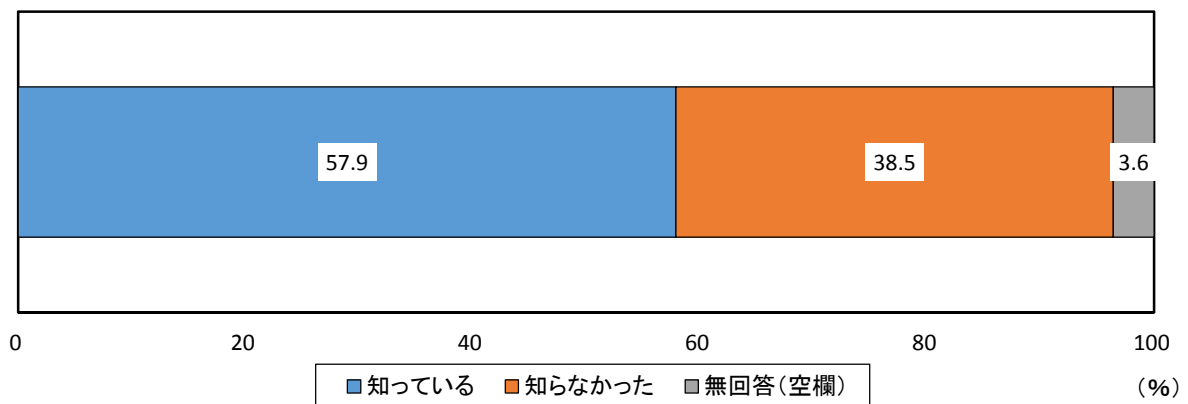
付問2 保健機能食品には「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」と表示されています。あなたは、このような表示を見たことがありますか。当てはまるものを1つお選びください。

保健機能食品のいずれかを知っていた人(3,242人)に、「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」という表示の認知状況を聞いたところ、「表示を見たことがある」と答えた人の割合は、今次調査では58.3%、全国(H28)では51.1%と、今次調査の方が約7ポイント高い。



問16 あなたは、「消費者行政新未来創造オフィス」が徳島県に設置されたことを知っていましたか。当てはまるものを1つお選びください。

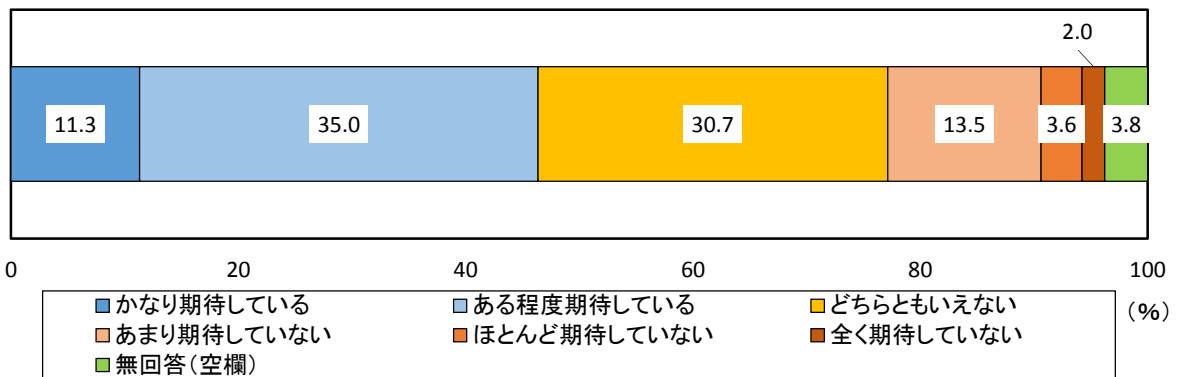
「消費者行政新未来創造オフィス」の認知状況を聞いたところ、「知っている」と答えた人の割合が57.9%、「知らなかった」と答えた人は38.5%である。



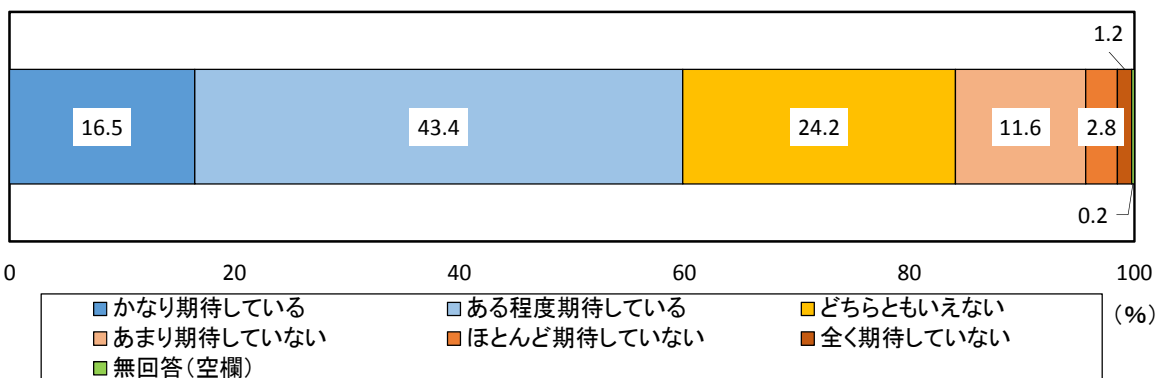
問 17 あなたは、徳島県に新しくできた消費者庁のオフィスにどの程度期待しますか。  
 当てはまるものを1つお選びください。

消費者行政新未来創造オフィスへの期待の程度を聞いたところ、「かなり期待している」人の割合は11.3%、「ある程度期待している」は35.0%で、これらを合わせた「期待している」人は46.4%である。一方で、「あまり期待していない」、「ほとんど期待していない」、「全く期待していない」を合わせた「期待していない」人は19.1%である。

① 全体

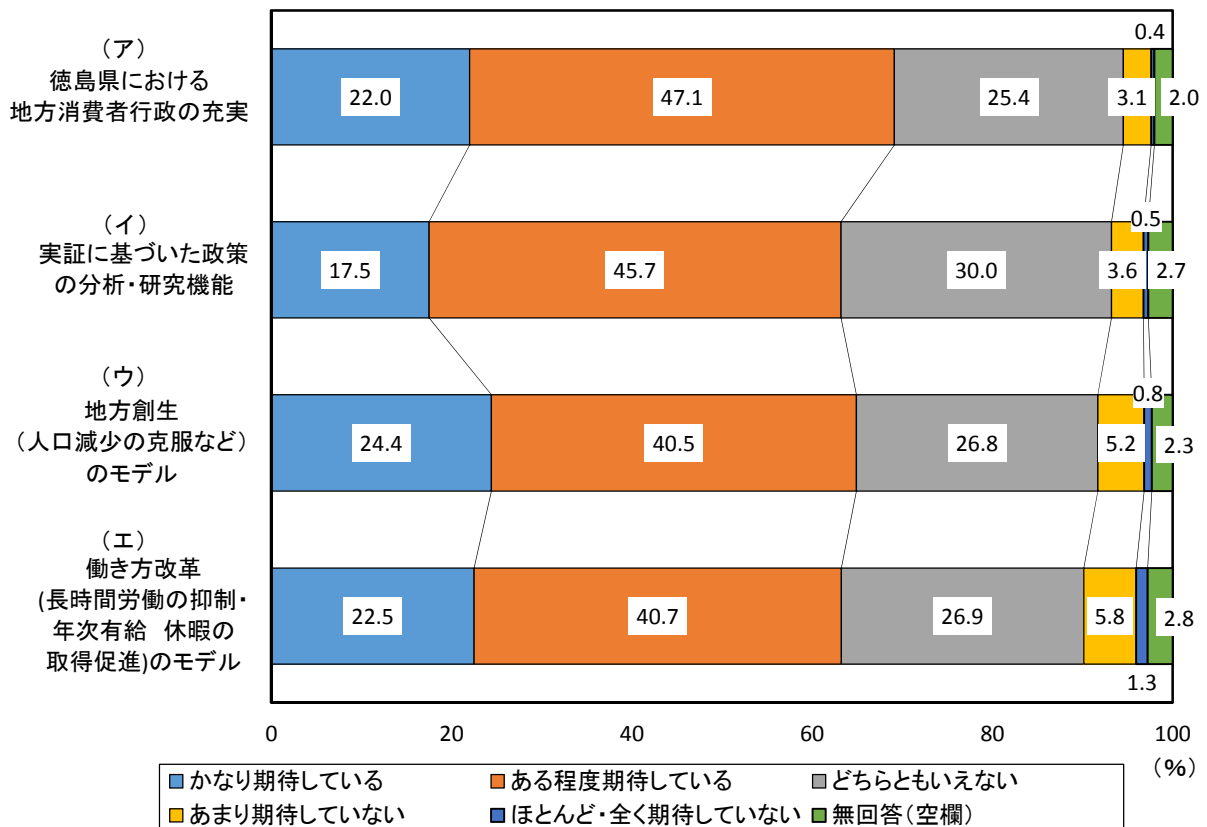


② このうち、問 16 で「知っている」と回答した人について集計したところ、「かなり期待している」人の割合は16.5%、「ある程度期待している」は43.4%で、これらを合わせた「期待している」人は59.9%である。一方で、「あまり期待していない」、「ほとんど期待していない」、「全く期待していない」を合わせた「期待していない」人は15.7%である。



【問 17 で、「1. かなり期待している」、「2. ある程度期待している」又は「3. どちらともいえない」とお答えになった方にお聞きします。  
 付問 1 あなたは、徳島県に新しくできた消費者庁のオフィスにどのようなことを期待しますか。  
 (ア)～(エ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

消費者行政新未来創造オフィスに「期待している」又は「どちらともいえない」と答えた人(2,674人)にどのようなことを期待しているかを聞いたところ、「徳島県における地方消費者行政の充実」について、「期待している」(「かなり期待している」と「ある程度期待している」の合計。)人が7割弱と、他の項目に比べて割合が高い。



問 18 あなたの性別を教えてください。

問 19 あなたの満年齢を教えてください。

問 20 あなたの職業は以下のどれに当たりますか。当てはまるものを1つお選びください。  
 なお、兼業の方は主として従事している職業をお選びください。

問 21 あなたと同居している方を全てお選びください。

問 22 あなたを含めて同居人数は何人ですか。(例：7名ならば「07」と記載)

問 23 そのうち、最年少の方の年齢を教えてください。(例：8歳ならば「08」と記載)

問 24 あなたの世帯全体の年収は、およそいくらですか。当てはまるものを1つお選びください。  
 ※年収は、手取りではなく、税金、社会保険料等を差し引く前の金額としてください。

問 25 あなたが最後に卒業された、又は現在在学中の学校は、以下のどれに当たりますか。  
 当てはまるものを1つお選びください。

※問 18～問 25 は、(対象者の基本属性)の項で既述のため、省略。



## 5. まとめ

今回のアンケート調査は、とくしま生協の宅配に上乘せする形で、55,717名のとくしま生協組合員及びその配偶者に協力を依頼した。そのうち、3,467名から回答を得ることができ、回答率は、6.2%である。

一般的なアンケート調査と異なり、当アンケート調査では、平成30年度から実施する「健康と生活に関する社会実験」本実験のモニター募集を同時に行ったことから、連絡先を把握するため個人情報提供に同意を得る必要があった。また、設問内容についても、設問数が多かったことから、回答者にとって負担となったかもしれない。これらの困難にもかかわらず、3,467名の組合員から回答を得られたことは、とくしま生協に対する組合員からの高い信頼が、当アンケート調査への協力を後押しした結果であると考えられる。また、その回答者のうち、「健康と生活に関する社会実験」のモニターとしても登録した方もいることから、「健康と生活に関する社会実験」への興味・関心の高さもうかがえた。

当アンケート調査に一部引用した消費者庁の消費者意識基本調査は、消費者問題の現状や求められる政策ニーズを把握し、消費者政策の企画立案にいかすことを目的として、全国的に毎年行っている調査である。この全国調査の結果と今回のアンケート調査の回答結果を比較することで、地方における消費行動の現状や、課題の発見、全国との差異を発見するための基礎資料を得ることができた。

最後になるが、5万人以上を対象とし、3,000人を超える回答を得た本調査は、徳島県を対象地域として行ったアンケートの中では、大規模なものであるといえる。なお、今後モニターが確定した後は、各モニターに健康と生活に係る情報を提供するとともに、モニターの行動がどのように変化するのか、調査していくことになる。

今回把握したモニターの特徴を踏まえ、平成30年度、平成31年度と「健康と生活に関する社会実験」を継続して行い、より効果的・効率的な消費者への情報提供につなげていきたいと考えている。

# 資料

図表1 平成29年11月28日記者公表資料「健康と生活に関する社会実験」

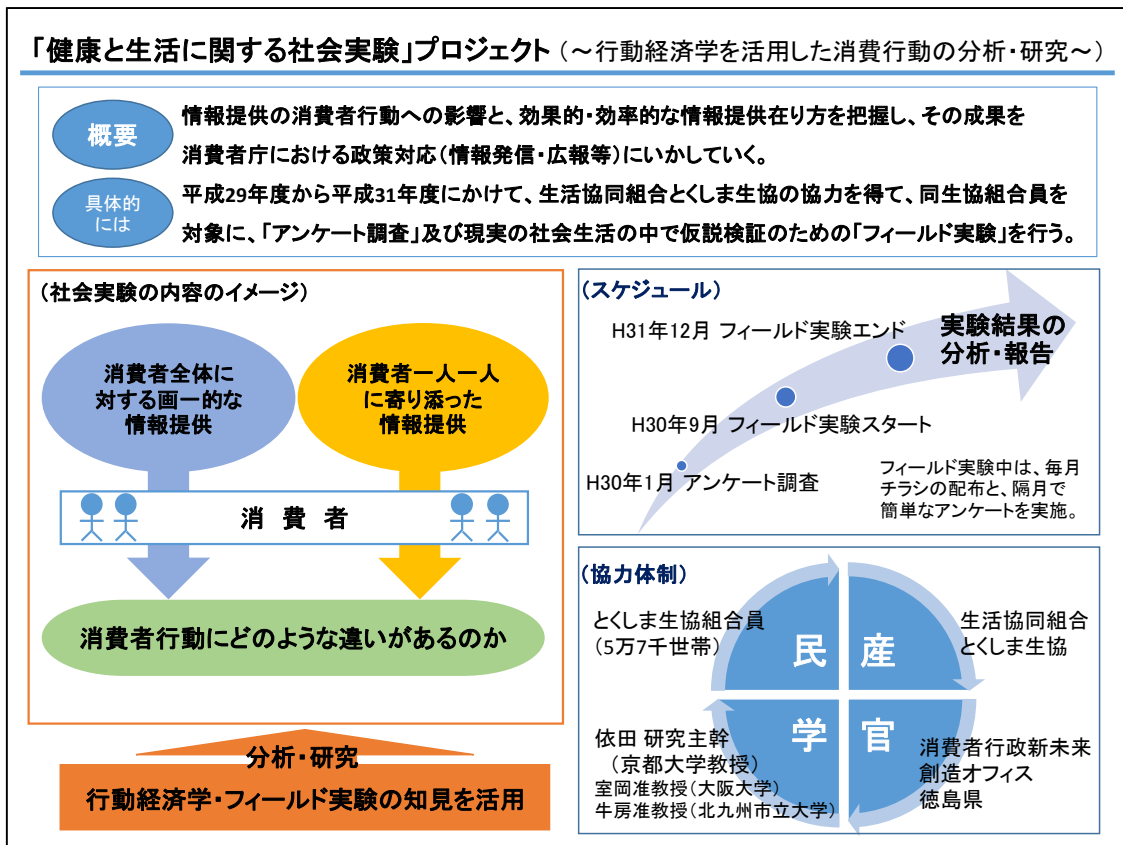


表2 徳島県内市町村別生協組合員人数及び組織率（平成30年3月7日時点）

	宅配		店舗		とくしま生協		市町村別世帯数
	組合員数	組織率	組合員数	組織率	組合員数	組織率	
徳島県	101,118	32.8%	12,006	3.9%	113,124	36.7%	308,262
徳島市	33,856	29.0%	6,170	5.3%	40,026	34.2%	116,908
鳴門市	6,821	29.4%	775	3.3%	7,596	32.8%	23,177
小松島市	4,876	32.0%	150	1.0%	5,026	33.0%	15,218
阿南市	11,600	42.1%	142	0.5%	11,742	42.6%	27,532
吉野川市	5,410	34.4%	328	2.1%	5,738	36.5%	15,711
阿波市	4,394	33.1%	178	1.3%	4,572	34.5%	13,262
美馬市	4,289	37.6%	49	0.4%	4,338	38.0%	11,408
三好市	3,836	35.1%	5	0.0%	3,841	35.2%	10,916
勝浦町	649	34.6%	12	0.6%	661	35.3%	1,875
上勝町	236	34.2%	1	0.1%	237	34.3%	691
佐那河内村	243	30.5%	11	1.4%	254	31.8%	798
石井町	3,216	33.6%	800	8.4%	4,016	42.0%	9,560
神山町	629	30.0%	44	2.1%	673	32.1%	2,097
那賀町	1,539	45.7%	8	0.2%	1,547	45.9%	3,367
牟岐町	843	46.8%	5	0.3%	848	47.0%	1,803
美波町	1,203	42.3%	10	0.4%	1,213	42.6%	2,845
海陽町	1,656	39.8%	6	0.1%	1,662	40.0%	4,157
松茂町	1,861	31.5%	396	6.7%	2,257	38.2%	5,912
北島町	3,366	37.3%	1,940	21.5%	5,306	58.8%	9,030
藍住町	4,435	32.4%	703	5.1%	5,138	37.6%	13,673
板野町	1,483	29.6%	151	3.0%	1,634	32.7%	5,003
上板町	1,434	33.4%	103	2.4%	1,537	35.8%	4,299
つるぎ町	1,210	32.9%	7	0.2%	1,217	33.1%	3,673
東みよし町	2,033	38.0%	12	0.2%	2,045	38.2%	5,347

※組織率＝組合員数/世帯数×100

表3 アンケート調査の集計表

表3. 1 対象者の基本属性 (1)性別・年齢

年齢・性別	今次調査			全国(H28)		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
15～19歳	0	1	1	133	168	301
20～29歳	9	71	80	233	249	482
30～39歳	21	363	384	362	448	810
40～49歳	33	407	440	443	585	1,028
50～59歳	41	534	575	470	513	983
60～69歳	90	933	1,023	563	636	1,199
70～79歳	58	552	610	409	436	845
80歳以上	31	245	276	145	216	361
無回答	-	-	78	-	-	-
合計	283	3,106	3,467	2,758	3,251	6,009

表3. 2 対象者の基本属性 (2)都市規模

都市規模	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
大都市	-	-	1,517	33.8%
中都市	1,032	29.8%	2,451	54.6%
小都市	1,251	36.1%	1,446	32.2%
郡部	958	27.6%	595	13.2%
無回答	226	6.5%	-	-
合計	3,467	-	4,492	-

表3. 3 対象者の基本属性 (3)地域

今次調査					
市町村	N	%	市町村	N	%
徳島市	1,032	29.8%	神山町	23	0.7%
鳴門市	215	6.2%	那賀町	118	3.4%
小松島市	159	4.6%	牟岐町	36	1.0%
阿南市	469	13.5%	美波町	47	1.4%
吉野川市	145	4.2%	海陽町	79	2.3%
阿波市	114	3.3%	松茂町	44	1.3%
美馬市	149	4.3%	北島町	90	2.6%
三好市	122	3.5%	藍住町	91	2.6%
勝浦町	41	1.2%	板野町	27	0.8%
上勝町	21	0.6%	上板町	35	1.0%
佐那河内村	14	0.4%	つるぎ町	37	1.1%
石井町	66	1.9%	東みよし町	66	1.9%
徳島県合計	3,240	93.5%			
県外	1	0.0%			
無回答	226	6.5%			
合計	3,467	100.0%			

表 3. 4 対象者の基本属性 (4)職業

職業	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
会社員、公務員、団体職員(役員等を含む)	655	18.9%	1,876	31.2%
パート、アルバイト、非常勤、嘱託、派遣等	581	16.8%	1,045	17.4%
自営業・自由業	338	9.7%	520	8.7%
学生	1	0.0%	390	6.5%
専業主婦・主夫	1,083	31.2%	994	16.5%
無職	627	18.1%	1,118	18.6%
その他	40	1.2%	56	0.9%
無回答	142	4.1%	10	0.2%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 5 対象者の基本属性 (5)同居人

同居人	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
配偶者	2,461	71.0%	3,808	63.4%
子供(子供の配偶者を含む。)	1,662	47.9%	2,786	46.4%
親(配偶者の親を含む。)	461	13.3%	1,587	26.4%
兄弟姉妹(兄弟姉妹の配偶者を含む。)	54	1.6%	691	11.5%
祖父母(配偶者の祖父母を含む。)	56	1.6%	240	4.0%
孫(孫の配偶者を含む。)	178	5.1%	284	4.7%
その他の親族	19	0.5%	52	0.9%
それ以外	26	0.7%	47	0.8%
当てはまるものはない(一人暮らし)	401	11.6%	506	8.4%
無回答	150	4.3%	22	0.4%

表 3. 6 対象者の基本属性 (6)家族構成・世代

家族構成	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
一人暮らし	401	11.6%	506	8.4%
配偶者のみ	970	28.0%	1,302	21.7%
二世帯(子や子の配偶者と同居)	1,269	36.6%	2,146	35.7%
二世帯(自分や配偶者の親と同居)	196	5.7%	1,050	17.5%
三世帯(祖父母・親と同居)	2	0.1%	162	2.7%
三世帯(親・子供と同居)	229	6.6%	335	5.6%
三世帯(子供・孫と同居)	130	3.7%	241	4.0%
四世代(祖父母・親・子)	12	0.3%	19	0.3%
四世代(親・子・孫)	22	0.6%	20	0.3%
五世代(祖父母・親・子・孫)	0	0.0%	0	0.0%
その他	86	2.5%	206	3.4%
無回答	150	4.3%	22	0.4%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 7 対象者の基本属性 (7)同居人数

同居人数	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
1人	367	10.6%	514	8.6%
2人	1,127	32.5%	1,694	28.2%
3人	731	21.1%	1,476	24.6%
4人	573	16.5%	1,356	22.6%
5人	245	7.1%	571	9.5%
6人	132	3.8%	232	3.9%
7人以上	72	2.1%	155	2.6%
無回答	220	6.3%	11	0.2%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 8 対象者の基本属性 (8)同居人の最少年齢

最少年齢	今次調査		全国(H30)	
	N	%	N	%
0～4歳	456	13.2%	575	9.6%
5～9歳	202	5.8%	394	6.6%
10～14歳	178	5.1%	501	8.3%
15～19歳	177	5.1%	594	9.9%
20歳以上	2,048	59.1%	3,867	64.4%
無回答	406	11.7%	78	1.3%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 9 対象者の基本属性 (9)学歴

最終学歴	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
小中学校	235	6.8%	706	11.7%
高等学校	1,351	39.0%	2,514	41.8%
専修学校、各種学校等	441	12.7%	727	12.1%
短期大学	519	15.0%	555	9.2%
大学	688	19.8%	1,363	22.7%
大学院	48	1.4%	106	1.8%
その他	19	0.5%	6	0.1%
無回答	166	4.8%	32	0.5%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 10 対象者の基本属性 (10)世帯所得

今次調査		
年収	N	%
300万円以下	903	26.0%
300～600万円	1,250	36.1%
600～900万円	518	14.9%
900～1200万円	236	6.8%
1200～1500万円	82	2.4%
1500万円以上	39	1.1%
わからない	232	6.7%
無回答	207	6.0%
合計	3,467	100.0%

表3. 11 問1 (ア)

買物が好き	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	793	22.9%	984	16.4%
ある程度当てはまる	1,740	50.2%	2,583	43.0%
どちらともいえない	584	16.8%	1,474	24.5%
あまり当てはまらない	226	6.5%	763	12.7%
ほとんど・全く当てはまらない	43	1.2%	185	3.1%
無回答(空欄)	81	2.3%	20	0.3%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 12 問1 (イ)

新しい物好き	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	438	12.6%	590	9.8%
ある程度当てはまる	1,106	31.9%	1,666	27.7%
どちらともいえない	1,091	31.5%	1,866	31.1%
あまり当てはまらない	596	17.2%	1,393	23.2%
ほとんど・全く当てはまらない	153	4.4%	461	7.7%
無回答(空欄)	83	2.4%	33	0.5%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 13 問1 (ウ)

衝動買いをする	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	277	8.0%	322	5.4%
ある程度当てはまる	960	27.7%	1,349	22.4%
どちらともいえない	1,061	30.6%	1,661	27.6%
あまり当てはまらない	815	23.5%	1,729	28.8%
ほとんど・全く当てはまらない	269	7.8%	924	15.4%
無回答(空欄)	85	2.5%	24	0.4%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 14 問1 (エ)

多少高くても品質の良いものを選ぶ	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	587	16.9%	834	13.9%
ある程度当てはまる	1,572	45.3%	2,502	41.6%
どちらともいえない	949	27.4%	1,836	30.6%
あまり当てはまらない	240	6.9%	642	10.7%
ほとんど・全く当てはまらない	39	1.1%	171	2.8%
無回答(空欄)	80	2.3%	24	0.4%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 15 問1 (オ)

買う前に機能・品質・価格等を十分に調べる	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	420	12.1%	1,040	17.3%
ある程度当てはまる	1,513	43.6%	2,471	41.1%
どちらともいえない	987	28.5%	1,535	25.5%
あまり当てはまらない	397	11.5%	719	12.0%
ほとんど・全く当てはまらない	61	1.8%	207	3.4%
無回答(空欄)	89	2.6%	37	0.6%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 16 問1 (カ)

実際に現物を見て商品を確認してから購入する	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	523	15.1%	1,529	25.4%
ある程度当てはまる	1,394	40.2%	2,489	41.4%
どちらともいえない	1,112	32.1%	1,436	23.9%
あまり当てはまらない	313	9.0%	428	7.1%
ほとんど・全く当てはまらない	41	1.2%	93	1.5%
無回答(空欄)	84	2.4%	34	0.6%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 17 問1 (キ)

強く勧められると断れない	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	207	6.0%	192	3.2%
ある程度当てはまる	863	24.9%	896	14.9%
どちらともいえない	1,100	31.7%	1,684	28.0%
あまり当てはまらない	876	25.3%	1,999	33.3%
ほとんど・全く当てはまらない	329	9.5%	1,190	19.8%
無回答(空欄)	92	2.7%	48	0.8%

表3. 18 問1 (ク)

同じ商品・ブランドを購入することが多い	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	350	10.1%	442	7.4%
ある程度当てはまる	1,340	38.7%	1,902	31.7%
どちらともいえない	819	23.6%	1,539	25.6%
あまり当てはまらない	584	16.8%	1,227	20.4%
ほとんど・全く当てはまらない	277	8.0%	865	14.4%
無回答(空欄)	97	2.8%	34	0.6%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 19 問1 (ケ)

同じ店舗・事業者を利用することが多い	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり当てはまる	669	19.3%	862	14.3%
ある程度当てはまる	1,903	54.9%	3,085	51.3%
どちらともいえない	561	16.2%	1,267	21.1%
あまり当てはまらない	200	5.8%	548	9.1%
ほとんど・全く当てはまらない	60	1.7%	229	3.8%
無回答(空欄)	74	2.1%	18	0.3%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 20 問2 (ア)

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	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり心掛けている	527	15.2%	853	14.2%
ある程度心掛けている	2,063	59.5%	3,249	54.1%
どちらともいえない	607	17.5%	1,311	21.8%
あまり心掛けていない	171	4.9%	476	7.9%
ほとんど・全く心掛けていない	23	0.7%	96	1.6%
無回答(空欄)	76	2.2%	24	0.4%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 21 問2 (イ)

トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり心掛けている	196	5.7%	263	4.4%
ある程度心掛けている	1,137	32.8%	1,586	26.4%
どちらともいえない	1,186	34.2%	2,204	36.7%
あまり心掛けていない	739	21.3%	1,519	25.3%
ほとんど・全く心掛けていない	130	3.7%	405	6.7%
無回答(空欄)	79	2.3%	32	0.5%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 22 問2 (ウ)

商品やサービスについて問題があれば、事業者にも申立てを行う	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり心掛けている	319	9.2%	570	9.5%
ある程度心掛けている	1,377	39.7%	2,126	35.4%
どちらともいえない	1,011	29.2%	1,821	30.3%
あまり心掛けていない	528	15.2%	1,040	17.3%
ほとんど・全く心掛けていない	152	4.4%	420	7.0%
無回答(空欄)	80	2.3%	32	0.5%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%



表 3. 23 問 2 (エ)

ライフステージや経済状況の変化等、 将来を見通した生活設計を考える	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり心掛けている	250	7.2%	393	6.5%
ある程度心掛けている	1,360	39.2%	2,078	34.6%
どちらともいえない	1,064	30.7%	2,091	34.8%
あまり心掛けていない	584	16.8%	1,092	18.2%
ほとんど・全く心掛けていない	119	3.4%	317	5.3%
無回答(空欄)	90	2.6%	38	0.6%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 24 問 2 (オ)

個人情報の管理について理解し、 適切な行動をとる	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり心掛けている	490	14.1%	792	13.2%
ある程度心掛けている	1,707	49.2%	2,744	45.7%
どちらともいえない	830	23.9%	1,633	27.2%
あまり心掛けていない	297	8.6%	654	10.9%
ほとんど・全く心掛けていない	57	1.6%	158	2.6%
無回答(空欄)	86	2.5%	28	0.5%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 25 問 2 (カ)

環境に配慮した商品やサービスを選択する	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
かなり心掛けている	426	12.3%	443	7.4%
ある程度心掛けている	1,785	51.5%	2,443	40.7%
どちらともいえない	897	25.9%	2,113	35.2%
あまり心掛けていない	240	6.9%	779	13.0%
ほとんど・全く心掛けていない	36	1.0%	205	3.4%
無回答(空欄)	83	2.4%	26	0.4%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 26 問3 (1)

現在お金をかけているもの	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
食べること	2,666	76.9%	4,199	69.9%
住まい	841	24.3%	1,331	22.2%
ファッション	841	24.3%	1,511	25.1%
理美容・身だしなみ	1,241	35.8%	1,696	28.2%
家電・AV機器	340	9.8%	673	11.2%
車	502	14.5%	944	15.7%
習い事・教室・資格・自己啓発	671	19.4%	751	12.5%
交際(飲食を含む。)	1,029	29.7%	1,740	29.0%
旅行	1,045	30.1%	1,542	25.7%
スポーツ(自分でやること)	377	10.9%	798	13.3%
スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞等	461	13.3%	925	15.4%
通信(電話、インターネット等)	713	20.6%	1,267	21.1%
医療	1,125	32.4%	1,602	26.7%
健康・リラックス	719	20.7%	881	14.7%
保育・介護・家事等のサービス	224	6.5%	213	3.5%
教育(子どもの教育)	703	20.3%	1,123	18.7%
ペットに関する費用	420	12.1%	592	9.9%
その他の出費	113	3.3%	227	3.8%
貯金	723	20.9%	1,300	21.6%
投資(資産形成)	261	7.5%	289	4.8%
老後の準備	727	21.0%	868	14.4%
該当するものはない	42	1.2%	234	3.9%
無回答	62	1.8%	39	0.6%

表3. 27 問3 (2) ①

今後(も)お金をかけたいもの	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
食べること	2,031	58.6%	3,055	50.8%
住まい	832	24.0%	1,346	22.4%
ファッション	591	17.0%	1,257	20.9%
理美容・身だしなみ	1,049	30.3%	1,852	30.8%
家電・AV機器	264	7.6%	84	1.4%
車	316	9.1%	75	1.2%
習い事・教室・資格・自己啓発	752	21.7%	1,163	19.4%
交際(飲食を含む。)	776	22.4%	1,542	25.7%
旅行	1,484	42.8%	235	3.9%
スポーツ(自分でやること)	362	10.4%	1,072	17.8%
スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞等	524	15.1%	1,174	19.5%
通信(電話、インターネット等)	342	9.9%	708	11.8%
医療	822	23.7%	1,471	24.5%
健康・リラックス	1,035	29.9%	1,651	27.5%
保育・介護・家事等のサービス	278	8.0%	542	9.0%
教育(子どもの教育)	665	19.2%	1,258	20.9%
ペットに関する費用	247	7.1%	497	8.3%
その他の出費	54	1.6%	157	2.6%
貯金	1,118	32.2%	27	0.4%
投資(資産形成)	284	8.2%	549	9.1%
老後の準備	1,462	42.2%	2,427	40.4%
該当するものはない	47	1.4%	375	6.2%
無回答	62	1.8%	113	1.9%

※「該当するものはない」の選択肢は、全国(H28)では「いずれもあてはまらない」として聞いた。

表3. 28 問3 (2) ②

今後(も)節約したいもの	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
食べること	913	26.3%	1,787	29.7%
住まい	387	11.2%	1,806	30.1%
ファッション	1162	33.5%	2,247	37.4%
理美容・身だしなみ	344	9.9%	1,411	23.5%
家電・AV機器	416	12.0%	1,855	30.9%
車	595	17.2%	2,157	35.9%
習い事・教室・資格・自己啓発	195	5.6%	1,337	22.3%
交際(飲食を含む。)	595	17.2%	1,629	27.1%
旅行	296	8.5%	1,073	17.9%
スポーツ(自分でやること)	93	2.7%	1,243	20.7%
スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞等	192	5.5%	1,289	21.5%
通信(電話、インターネット等)	841	24.3%	2,191	36.5%
医療	399	11.5%	1,472	24.5%
健康・リラックス	91	2.6%	994	16.5%
保育・介護・家事等のサービス	143	4.1%	1,324	22.0%
教育(子どもの教育)	89	2.6%	988	16.4%
ペットに関する費用	170	4.9%	1,436	23.9%
その他の出費	74	2.1%	989	16.5%
貯金	55	1.6%	548	9.1%
投資(資産形成)	120	3.5%	1,209	20.1%
老後の準備	58	1.7%	642	10.7%
該当するものはない	506	14.6%	979	16.3%
無回答	62	1.8%	285	4.7%

※「該当するものはない」の選択肢は、全国(H28)では「いずれもあてはまらない」として聞いた。

表3. 29 問4

生活の経済的豊かさ	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
豊かなほうだ	178	5.1%	339	5.6%
どちらかといえば豊かなほうだ	1,819	52.5%	2,864	47.7%
どちらかといえば豊かではないほうだ	1,067	30.8%	1,988	33.1%
豊かではないほうだ	323	9.3%	795	13.2%
無回答(空欄)	80	2.3%	23	0.4%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表3. 30 問5

現在の生活に対する満足度	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
満足している	601	17.3%	962	16.0%
どちらかといえば満足している	2,003	57.8%	3,174	52.8%
どちらかといえば不満である	682	19.7%	1,482	24.7%
不満である	113	3.3%	377	6.3%
無回答(空欄)	68	2.0%	14	0.2%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 31 問 6

日頃自分の健康に気遣っている 度合い	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
気遣っている	1,286	37.1%	1,703	28.3%
どちらかといえば気遣っている	1,581	45.6%	2,839	47.2%
どちらかといえば気遣っていない	482	13.9%	1,185	19.7%
気遣っていない	53	1.5%	272	4.5%
無回答(空欄)	65	1.9%	10	0.2%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 32 問 7

今次調査		
とくしま生協(宅配)で購入する割合	N	%
ほぼ全て(8~10割)	625	18.0
よく利用する(5~7割)	1,716	49.5
たまに利用する(2~4割)	984	28.4
ほとんど利用しない(0~1割)	69	2.0
無回答(空欄)	73	2.1
合計	3,467	100.0

表 3. 33 問 8

今次調査		
とくしま生協(宅配)以外で、最も利用する場所又は方法	N	%
スーパーマーケット	2,541	73.3%
総合スーパー(衣料品、家具、家電を扱う大型のスーパー)	398	11.5%
コンビニエンスストア	59	1.7%
移動型店舗	21	0.6%
市場(農産市、産直市、日曜市など)	115	3.3%
量販店(家電・衣料・カー用品など)	18	0.5%
小規模専門店(青果店、鮮魚店、精肉店など)	93	2.7%
インターネット通販	32	0.9%
総合百貨店	19	0.5%
とくしま生協の店舗	45	1.3%
その他	50	1.4%
無回答(空欄)	76	2.2%
合計	3,467	100.0%

表 3. 34 問 9

今次調査		
「最も利用する場所又は方法」を選んだ理由	N	%
家の近くにあり、便利のため	1,778	51.3%
店員の接客が丁寧のため	25	0.7%
比較購入できるため	94	2.7%
時間的な制約が無い	111	3.2%
全般的に安く購入できるため	405	11.7%
全般的に品ぞろえが良い	656	18.9%
全般的に品質が良い	177	5.1%
追加サービス(配送等)がある	13	0.4%
他の場所では購入できない	36	1.0%
その他	65	1.9%
無回答(空欄)	107	3.1%
合計	3,467	100.0%

表 3. 35 問 10

## 今次調査

「最も利用する場所又は方法」で最もよく購入する商品	N	%
野菜	1,280	36.9%
果実	74	2.1%
食肉	723	20.9%
鮮魚	439	12.7%
調味料	42	1.2%
乾物	10	0.3%
乳製品	167	4.8%
お菓子	51	1.5%
清涼飲料水	29	0.8%
お酒	40	1.2%
惣菜	200	5.8%
冷凍食品	63	1.8%
文房具	5	0.1%
衣料品	67	1.9%
日用雑貨	77	2.2%
化粧品	9	0.3%
食器	0	0.0%
その他	89	2.6%
無回答(空欄)	102	2.9%
合計	3,467	100.0%

表 3. 36 問 11

## 今次調査

商品を選択する理由	N	%
商品・サービス自体に魅力を感じるから	436	12.6%
安心安全な商品であるため	874	25.2%
使い勝手が良いため	685	19.8%
値段が安い	642	18.5%
パッケージ・広告にひかれたから	29	0.8%
昔から購入しているから	392	11.3%
人に勧められたから	0	0.0%
その他	266	7.7%
無回答(空欄)	143	4.1%
合計	3,467	100.0%

表 3. 37 問 13

1日の食事に主食・ 主菜・副菜があるか		今次調査		全国(H28)	
		N	%	N	%
主食	いつもある	2,832	81.7%	4,841	80.6%
	だいたいある	462	13.3%	1,040	17.3%
	あまりない	38	1.1%	77	1.3%
	ほとんどない	15	0.4%	23	0.4%
	無回答(空欄)	120	3.5%	28	0.5%
	合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%
主菜	いつもある	2,270	65.5%	3,970	66.1%
	だいたいある	985	28.4%	1,819	30.3%
	あまりない	63	1.8%	169	2.8%
	ほとんどない	17	0.5%	19	0.3%
	無回答(空欄)	132	3.8%	32	0.5%
	合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%
副菜	いつもある	1,671	48.2%	2,892	48.1%
	だいたいある	1,374	39.6%	2,392	39.8%
	あまりない	258	7.4%	605	10.1%
	ほとんどない	31	0.9%	85	1.4%
	無回答(空欄)	133	3.8%	35	0.6%
	合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 38 問 14

食品の容器包装にある栄養成分表示 を見たことがあるか	今次調査		全国(H28)	
	N	%	N	%
見たことがあり、食生活の参考にする	1,967	56.7%	3,300	54.9%
見たことはあるが、食生活の参考にはしない	1,221	35.2%	2,144	35.7%
見たことがない	88	2.5%	395	6.6%
無回答(空欄)	191	5.5%	170	2.8%
合計	3,467	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 39 問 14 付問 1

表示をどの程度参考にしているか		いつも参考にする	時々参考にする	あまり参考にしない	全く参考にしない	無回答(空欄)	対象外(問14で2・3を選択)	
今 次 調 査	N	エネルギー(熱量)	950	853	114	9	41	1,500
		たんぱく質	404	868	543	75	77	1,500
		脂質	641	916	302	46	62	1,500
		炭水化物	498	836	468	75	90	1,500
		食塩相当量	830	791	268	38	40	1,500
		飽和脂肪酸	296	686	718	182	85	1,500
		食物繊維	444	850	506	103	64	1,500
		糖類	749	849	261	60	48	1,500
	%	エネルギー(熱量)	48.3%	43.4%	5.8%	0.5%	2.1%	-
		たんぱく質	20.5%	44.1%	27.6%	3.8%	3.9%	-
		脂質	32.6%	46.6%	15.4%	2.3%	3.2%	-
		炭水化物	25.3%	42.5%	23.8%	3.8%	4.6%	-
		食塩相当量	42.2%	40.2%	13.6%	1.9%	2.0%	-
		飽和脂肪酸	15.0%	34.9%	36.5%	9.3%	4.3%	-
		食物繊維	22.6%	43.2%	25.7%	5.2%	3.3%	-
		糖類	38.1%	43.2%	13.3%	3.1%	2.4%	-
全 国 ( H 2 8 )	N	エネルギー(熱量)	1,283	1,637	294	56	30	2,709
		たんぱく質	484	1,289	1,189	284	54	2,709
		脂質	806	1,638	642	171	43	2,709
		炭水化物	635	1,411	948	241	65	2,709
		食塩相当量	878	1,437	722	227	36	2,709
		飽和脂肪酸	344	984	1,408	496	68	2,709
		食物繊維	559	1,373	998	318	52	2,709
		糖類	-	-	-	-	-	-
	%	エネルギー(熱量)	38.9%	49.6%	8.9%	1.7%	0.9%	-
		たんぱく質	14.7%	39.1%	36.0%	8.6%	1.6%	-
		脂質	24.4%	49.6%	19.5%	5.2%	1.3%	-
		炭水化物	19.2%	42.8%	28.7%	7.3%	2.0%	-
		食塩相当量	26.6%	43.5%	21.9%	6.9%	1.1%	-
		飽和脂肪酸	10.4%	29.8%	42.7%	15.0%	2.1%	-
		食物繊維	16.9%	41.6%	30.2%	9.6%	1.6%	-
		糖類	-	-	-	-	-	-

表 3. 40 問 14 付問 2

栄養成分表示を参考にしない理由	今 次 調 査		全 国 ( H 2 8 )	
	N	%	N	%
表示を参考にする必要がない	298	24.4%	563	26.3%
表示されている栄養成分の意味が理解できない	267	21.9%	581	27.1%
栄養成分そのものに関心がない	393	32.2%	838	39.1%
その他	204	16.7%	149	6.9%
無回答(空欄)	59	4.8%	13	0.6%
合計	1,221	100.0%	2,144	100.0%
対象外(問14で2、3を選択)	2,246	-	3,865	-

表 3. 41 問 15

保健機能食品の認知度		特定保健用食品(トクホ)		栄養機能食品		機能性表示食品	
		N	%	N	%	N	%
今 次 調 査	どのようなものか知っていた	1,639	47.3%	751	21.7%	563	16.2%
	名前を聞いたり見たりしたことはあったがどのようなものか知らなかった	1,382	39.9%	1,806	52.1%	1,740	50.2%
	知らなかった	253	7.3%	680	19.6%	915	26.4%
	無回答(空欄)	193	5.6%	230	6.6%	249	7.2%
	合計	3,467	100.0%	3,467	100.0%	3,467	100.0%
全 国 ( H 2 8 )	どのようなものか知っていた	2,579	42.9%	999	16.6%	718	11.9%
	名前を聞いたり見たりしたことはあったがどのようなものか知らなかった	2,394	39.8%	2,745	45.7%	2,454	40.8%
	知らなかった	994	16.5%	2,203	36.7%	2,769	46.1%
	無回答(空欄)	42	0.7%	62	1.0%	68	1.1%
	合計	6,009	100.0%	6,009	100.0%	6,009	100.0%

表 3. 42 問 15 付問 1

直近1年間の保健機能食品摂取経験		特定保健用食品(トクホ)		栄養機能食品		機能性表示食品	
		N	%	N	%	N	%
今 次 調 査	継続的に摂取している	347	10.7%	184	5.7%	115	3.5%
	摂取したことがある	1,718	53.0%	1,198	37.0%	972	30.0%
	摂取したことはない	564	17.4%	657	20.3%	729	22.5%
	分からない	359	11.1%	858	26.5%	1,043	32.2%
	無回答(空欄)	254	7.8%	345	10.6%	383	11.8%
	合計	3,242	100.0%	3,242	100.0%	3,242	100.0%
	対象外	225	—	225	—	225	—
全 国 ( H 2 8 )	継続的に摂取している	443	8.8%	185	3.7%	126	2.5%
	摂取したことがある	2,784	55.4%	1,607	32.0%	1,173	23.3%
	摂取したことはない	1,089	21.7%	1,071	21.3%	1,143	22.7%
	分からない	657	13.1%	1,822	36.2%	2,146	42.7%
	無回答(空欄)	55	1.1%	343	6.8%	440	8.8%
	合計	5,028	100.0%	5,028	100.0%	5,028	100.0%
	対象外	981	—	981	—	981	—



表 3. 43 問 15 付問 2

保健機能食品の表示認知度	今次調査		全国(H29)	
	N	%	N	%
表示を見たことがある	1,890	58.3%	2,568	51.1%
表示を見たことがない	1,165	35.9%	2,390	47.5%
無回答(空欄)	187	5.8%	70	1.4%
合計	3,242	100.0%	5,028	100.0%
対象外(問15で全て3を選択)	225	—	981	—

表 3. 44 問 16

## 今次調査

消費者行政新未来創造オフィスの認知度	N	%
知っている	2,006	57.9%
知らなかった	1,335	38.5%
無回答(空欄)	126	3.6%
合計	3,467	100.0%

表 3. 45 問 17

## 今次調査

消費者行政新未来創造オフィスへの期待	N	%
かなり期待している	393	11.3%
ある程度期待している	1,215	35.0%
どちらともいえない	1,066	30.7%
あまり期待していない	468	13.5%
ほとんど期待していない	125	3.6%
全く期待していない	69	2.0%
無回答(空欄)	131	3.8%
合計	3,467	100.0%

表 3. 46 問 17 付問 1

## 今次調査

消費者行政新未来創造 オフィスに期待する機能	徳島県 における 地方消費者 行政の充実		実証に 基づいた 政策の分析 ・研究機能		地方創生 (人口減少の 克服など) のモデル		働き方改革 (長時間労働 の抑制・年次 有給休暇の 取得促進) のモデル	
	N	%	N	%	N	%	N	%
かなり期待している	589	22.0%	468	17.5%	653	24.4%	602	22.5%
ある程度期待している	1,260	47.1%	1,222	45.7%	1,083	40.5%	1,089	40.7%
どちらともいえない	679	25.4%	803	30.0%	716	26.8%	719	26.9%
あまり期待していない	82	3.1%	95	3.6%	138	5.2%	156	5.8%
ほとんど・全く期待していない	10	0.4%	14	0.5%	22	0.8%	34	1.3%
無回答(空欄)	54	2.0%	72	2.7%	62	2.3%	74	2.8%
合計	2,674	100.0%	2,674	100.0%	2,674	100.0%	2,674	100.0%
対象外(問17で4、5、6を選択)	793	—	793	—	793	—	793	—

参考資料 4. 平成 29 年度アンケート調査票原本

【御記入に際しての留意点】

質問は原則、あなた自身の意識や行動、経験等についてお答えください。

1. 「生活全般や消費生活における意識や行動」についてお伺いします。

問 1 あなた自身の消費行動について、以下の項目がどの程度当てはまると思いますか。

(ア)～(ケ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

		かなり 当ては まる	ある程 度当て はまる	どちら ともい えない	あまり 当ては まらな い	ほとん ど・全く 当ては まらない
(ア) 買物が好き	→	1	2	3	4	5
(イ) 新しい物好き	→	1	2	3	4	5
(ウ) <sup>しょうど</sup> 衝動買いをする	→	1	2	3	4	5
(エ) 多少高くても品質の良いものを選ぶ	→	1	2	3	4	5
(オ) 買う前に機能・品質・価格等を十分に調べる	→	1	2	3	4	5
(カ) 実際に現物を見て商品を確認してから購入する	→	1	2	3	4	5
(キ) 強く勧められると断れない	→	1	2	3	4	5
(ク) 同じ商品・ブランドを購入することが多い	→	1	2	3	4	5
(ケ) 同じ店舗・事業者を利用することが多い	→	1	2	3	4	5

問 2 あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心掛けていますか。

(ア)～(カ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

		かなり 心掛け ている	ある程 度心掛 けている	どちら ともい えない	あまり 心掛け ていな い	ほとん ど・全く 心掛け ていな い
(ア) 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	→	1	2	3	4	5
(イ) トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく	→	1	2	3	4	5
(ウ) 商品やサービスについて問題があれば、事業者に申立てを行う	→	1	2	3	4	5
(エ) ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える	→	1	2	3	4	5
(オ) 個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる	→	1	2	3	4	5
(カ) 環境に配慮した商品やサービスを選択する	→	1	2	3	4	5

問3 あなたの「お金のかけ方」についてお聞きします。

(1)あなたが現在お金をかけているものを以下のうちいくつでもお選びください。

1. 食べること	9. 旅行	16. 教育(子どもの教育)
2. 住まい	10. スポーツ(自分でやること)	17. ペットに関する費用
3. ファッション	11. スポーツ観戦・映画・ コンサート鑑賞等	18. その他の出費 ( )
4. 理美容・身だしなみ	12. 通信	19. 貯金
5. 家電・AV 機器	(電話、インターネット等)	20. 投資(資産形成)
6. 車	13. 医療	21. 老後の準備
7. 習い事・教室・資格・ 自己啓発	14. 健康・リラックス	22. 該当するものはない
8. 交際(飲食を含む。)	15. 保育・介護・家事等のサービス	

(2) では、今後のお金のかけ方の御意向についてお聞きします。

①あなたが「今後(も)お金をかけたい」と思っているものを以下のうちいくつでもお選びください。

1. 食べること	9. 旅行	16. 教育(子どもの教育)
2. 住まい	10. スポーツ(自分でやること)	17. ペットに関する費用
3. ファッション	11. スポーツ観戦・映画・ コンサート鑑賞等	18. その他の出費 ( )
4. 理美容・身だしなみ	12. 通信	19. 貯金
5. 家電・AV 機器	(電話、インターネット等)	20. 投資(資産形成)
6. 車	13. 医療	21. 老後の準備
7. 習い事・教室・資格・ 自己啓発	14. 健康・リラックス	22. 該当するものはない
8. 交際(飲食を含む。)	15. 保育・介護・家事等のサービス	

②あなたが「今後(も)節約していきたい」と思っているものを以下のうちいくつでもお選びください。

1. 食べること	9. 旅行	16. 教育(子どもの教育)
2. 住まい	10. スポーツ(自分でやること)	17. ペットに関する費用
3. ファッション	11. スポーツ観戦・映画・ コンサート鑑賞等	18. その他の出費 ( )
4. 理美容・身だしなみ	12. 通信	19. 貯金
5. 家電・AV 機器	(電話、インターネット等)	20. 投資(資産形成)
6. 車	13. 医療	21. 老後の準備
7. 習い事・教室・資格・ 自己啓発	14. 健康・リラックス	22. 該当するものはない
8. 交際(飲食を含む。)	15. 保育・介護・家事等のサービス	

問4 あなたの生活は、経済的にどの程度豊かだと思いますか。

当てはまるものを1つお選びください。

- |                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| 1. 豊かなほうだ         | 3. どちらかといえば豊かではないほうだ |
| 2. どちらかといえば豊かなほうだ | 4. 豊かではないほうだ         |

問5 あなたは、現在の生活にどの程度満足していますか。当てはまるものを1つお選びください。

- |                   |                  |
|-------------------|------------------|
| 1. 満足している         | 3. どちらかといえば不満である |
| 2. どちらかといえば満足している | 4. 不満である         |

問6 あなたは、日頃自分の健康に気遣っていると思いますか。

当てはまるものを1つお選びください。

- |                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| 1. 気遣っている         | 3. どちらかといえば気遣っていない |
| 2. どちらかといえば気遣っている | 4. 気遣っていない         |

問7 あなたが、商品をとくしま生協(宅配)で購入する割合はどの程度ですか。

当てはまるものを1つお選びください。

- |                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| 1. ほぼ全て(8~10割)  | 3. たまに利用する(2~4割)   |
| 2. よく利用する(5~7割) | 4. ほとんど利用しない(0~1割) |

問8 あなたが、商品を購入する中で、とくしま生協(宅配)以外で、最も利用する場所又は方法はどれですか。当てはまるものを1つお選びください。

- |                                |                          |
|--------------------------------|--------------------------|
| 1. スーパーマーケット                   | 7. 小規模専門店(青果店、鮮魚店、精肉店など) |
| 2. 総合スーパー(衣料品、家具、家電を扱う大型のスーパー) | 8. インターネット通販             |
| 3. コンビニエンスストア                  | 9. 総合百貨店                 |
| 4. 移動型店舗                       | 10. とくしま生協の店舗            |
| 5. 市場(農産市、産直市、日曜日など)           | 11. その他                  |
| 6. 量販店(家電・衣料・カー用品など)           | ( )                      |

問9 あなたが問8の「最も利用する場所又は方法」を選んだ理由はどれですか。

最も当てはまるものを1つお選びください。

- |                  |                     |
|------------------|---------------------|
| 1. 家の近くにあり、便利のため | 6. 全般的に品ぞろえが良いため    |
| 2. 店員の接客が丁寧なため   | 7. 全般的に品質が良いため      |
| 3. 比較購入できるため     | 8. 追加サービス(配送等)があるため |
| 4. 時間的な制約が無いため   | 9. 他の場所では購入できないため   |
| 5. 全般的に安く購入できるため | 10. その他( )          |

【問 8 でお答えになった「最も利用する場所又は方法」を前提にお答えください。】

問 10 あなたが、最もよく購入する商品を1つお選びください。

1. 野菜	6. 乾物	11. <sup>そうざい</sup> 惣菜	16. 化粧品
2. 果実	7. 乳製品	12. 冷凍食品	17. 食器
3. 食肉	8. お菓子	13. 文房具	18. その他
4. 鮮魚	9. 清涼飲料水	14. 衣料品	
5. 調味料	10. お酒	15. 日用雑貨	( )

【問 10 でお答えになった「最もよく購入する商品」についてお答えください】

問 11 あなたが、商品を選択する理由はどれですか。当てはまるものを1つお選びください。

1. 商品・サービス自体に魅力を感じるから	5. パッケージ・広告にひかれたから
2. 安心安全な商品であるため	6. 昔から購入しているから
3. 使い勝手が良かったため	7. 人に勧められたから
4. 値段が安いため	8. その他 ( )

問 12 問 8(最も利用する場所又は方法)及び問 10(最もよく購入する商品)の回答について 具体的にお書き下さい。

例) 消費者商店の新未来コロッケ

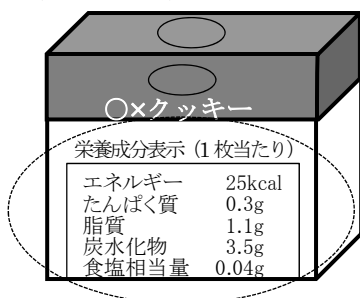
## 2. 食品の選択についてお伺いします。

問 13 あなたがとる普段の1日の食事に「**主食**(ごはん、パン、麺など)」、「**主菜**(肉・魚・卵・大豆製品などを使ったメインの料理)」、「**副菜**(野菜・きのこ・いも・海藻などを使った小鉢・小皿の料理)」の料理がありますか。  
(ア)～(ウ)のそれぞれについて、当てはまるものを**1つずつ**お選びください。

	いつもある	だいたいある	あまりない	ほとんどない
(ア) 主食 →	1	2	3	4
(イ) 主菜 →	1	2	3	4
(ウ) 副菜 →	1	2	3	4

問 14 **下図**は食品の容器包装にある栄養成分表示です。

あなたは、このような表示を見たことがありますか。当てはまるものを**1つ**お選びください。



1. 見たことがあり、食生活の参考にする
2. 見たことはあるが、食生活の参考にはしない
3. 見たことがない

【問 14 で「1. 見たことがあり、食生活の参考にする」とお答えになった方にお聞きします。】

付問 1 あなたは、以下の項目をどの程度参考にしていますか。

(ア)～(キ)のそれぞれについて、当てはまるものを**1つずつ**お選びください。

	いつも参考にする	時々参考にする	あまり参考にしない	全く参考にしない
(ア) エネルギー(熱量) →	1	2	3	4
(イ) たんぱく質 →	1	2	3	4
(ウ) 脂質 →	1	2	3	4
(エ) 炭水化物 →	1	2	3	4
(オ) 食塩相当量(※) →	1	2	3	4
(カ) 飽和脂肪酸 →	1	2	3	4
(キ) 食物繊維 →	1	2	3	4
(ク) 糖類 →	1	2	3	4

※食塩相当量の表示は、ナトリウムとして表示してある食品もあります。

【問 14 で「2. 見たことはあるが、食生活の参考にはしない」とお答えになった方にお聞きします。】

付問 2 栄養成分表示を参考にしない理由についてお聞きします。当てはまるものを**1つ**お選びください。

- |                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| 1. 表示を参考にする必要がない         | 3. 栄養成分そのものに関心がない |
| 2. 表示されている栄養成分の意味が理解できない | 4. その他 ( )        |

【まず、以下の文章をお読みいただいてから、お答えください】

保健機能食品とは、例えば、「お腹の調子を整える」など特定の保健の目的が期待できる（健康の維持及び増進に役立つ）という機能性の表示や栄養成分の機能の表示をすることができる食品のことを指します。

保健機能食品には、食品ごとに消費者庁が許可をする「特定保健用食品（トクホ）」、栄養成分が一定の基準量を含む食品で、届出をしなくとも国が定めた表現ができる「栄養機能食品」、事業者等の責任において消費者庁に届出をする「機能性表示食品」の3つの制度があり  
 ++

問 15 あなたはこのような保健機能食品を知っていましたか。

(ア)～(ウ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

	どのようなものか知っていた	名前を聞いたり見たりしたことはあったがどのようなものか知らなかった	知らなかった
(ア) 特定保健用食品(トクホ) →	1	2	3
(イ) 栄養機能食品 →	1	2	3
(ウ) 機能性表示食品 →	1	2	3

【問 15 で、(ア)～(ウ)のいずれかで「1. どのようなものか知っていた」又は「2. 名前を聞いたり見たりしたことはあったがどのようなものか知らなかった」とお答えになった方にお聞きします。】

付問 1 あなたはこの 1 年間に保健機能食品を摂取したことがありますか。

(ア)～(ウ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

	継続的に摂取している	摂取したことがある	摂取したことはない	分からない
(ア) 特定保健用食品(トクホ) →	1	2	3	4
(イ) 栄養機能食品 →	1	2	3	4
(ウ) 機能性表示食品 →	1	2	3	4

付問 2 保健機能食品には「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」と表示されています。あなたは、このような表示を見たことがありますか。

当てはまるものを1つお選びください。

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 表示を見たことがある</li> <li>2. 表示を見たことがない</li> </ol> |
|--|

### 3. 消費者庁の取組みについてお伺いします。

消費者庁は、2017年7月に、消費者行政の発展・創造の行政拠点として、新たに徳島県に「消費者行政新未来創造オフィス」を設置しました。このオフィスでは、実証に基づいた政策の分析・研究を行っています。

問16 あなたは、「消費者行政新未来創造オフィス」が徳島県に設置されたことを知っていましたか。当てはまるものを1つお選びください。

1. 知っている	2. 知らなかった
----------	-----------

問17 あなたは、徳島県に新しくできた消費者庁のオフィスにどの程度期待しますか。当てはまるものを1つお選びください。

1. かなり期待している	4. あまり期待していない
2. ある程度期待している	5. ほとんど期待していない
3. どちらともいえない	6. 全く期待していない

【問17で、「1. かなり期待している」、「2. ある程度期待している」又は「3. どちらともいえない」とお答えになった方にお聞きします。】

付問1 あなたは、徳島県に新しくできた消費者庁のオフィスにどのようなことを期待しますか。(ア)～(エ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

	かなり期待している	ある程度期待している	どちらともいえない	あまり期待していない	ほとんど・全く期待していない
(ア) 徳島県における地方消費者行政の充実 →	1	2	3	4	5
(イ) 実証に基づいた政策の分析・研究機能 →	1	2	3	4	5
(ウ) 地方創生（人口減少の克服など）のモデル →	1	2	3	4	5
(エ) 働き方改革（長時間労働の抑制・年次有給休暇の取得促進）のモデル →	1	2	3	4	5



