

令和4年3月8日

風評被害に関する消費者意識の実態調査（第15回）について

消費者庁では、東京電力福島第一原子力発電所事故を受けて、「食品と放射能に関する消費者理解増進チーム」を設置し、消費者の理解増進を図る風評被害対策に取り組んでいます。今般、この取組の一環として、風評被害に関する消費者意識の実態調査（第15回）を実施しました。

本調査によると、放射性物質を理由に購入をためらう産地として福島県と回答した人の割合は6.5%、「被災地を中心とした東北」と回答した人の割合は4.9%と、引き続き減少傾向にあります。

また、本年度新たに、風評被害を防止し、売られている食品を安心して食べるため行うべきことを尋ねたところ、「それぞれの食品の安全に関する情報提供（検査結果など）」、「それぞれの食品の安全性に関する情報に触れる機会の増加」及び「それぞれの食品の産地や産品の魅力に関する情報提供」が上位3つとなりました。

本調査の結果を踏まえ、引き続き、食品中の放射性物質に関する情報発信や、福島県を中心とした被災地の農林水産物の魅力等を広くお伝えするための取組を推進してまいります。

1 調査概要

（1）調査目的

被災県の農林水産物等について、消費者が買い控え行動をとっている場合の理由等を継続的に調査し、今後のリスクコミュニケーションでの説明内容を始めとする各般の風評被害対策及び消費者理解の増進に関する取組に役立てることを目的とする。

（2）調査手法

インターネット調査

（3）調査期間

令和4年2月1日（火）～2月7日（月）

（4）調査対象者

被災地域（岩手県、宮城県、福島県、茨城県）及び被災県産農林水産物の主要仕向先県等（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県）に居住する20～60代の男女5,176名。

2 調査結果の概要

(1) 食品購入に際しての意識

ア 食品の産地を気にする理由で、放射性物質の含まれていない食品を買いたいからと回答した人の割合は、これまで最小

普段の買物をする際に食品の産地を「気にする」又は「どちらかと言えば気にする」と回答した人のうち、「放射性物質の含まれていない食品を買いたいから」と回答した人の割合は減少傾向にあり、これまでで最小となりました。

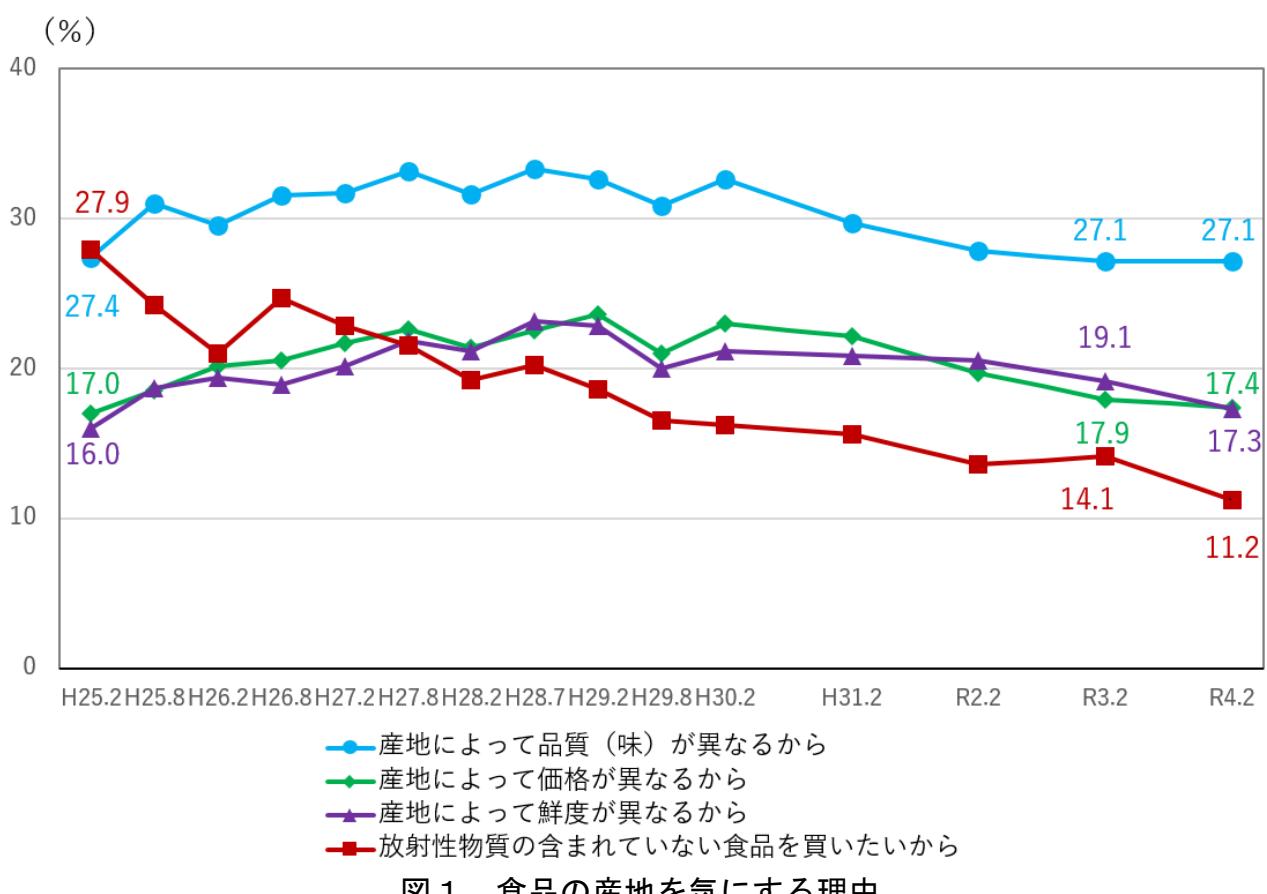


図1 食品の産地を気にする理由

(※グラフ中の値は調査対象者全体 (n=5,176人) に対する割合です。)

イ 放射性物質を理由に福島県や被災地を中心とした東北等の産品の購入をためらう人の割合は、これまで最小

食品中の放射性物質を理由に購入をためらう産地を尋ねたところ、東北全域、北関東、被災地を中心とした東北、福島県のいずれの地域も減少傾向にあり、これまで最小となりました。

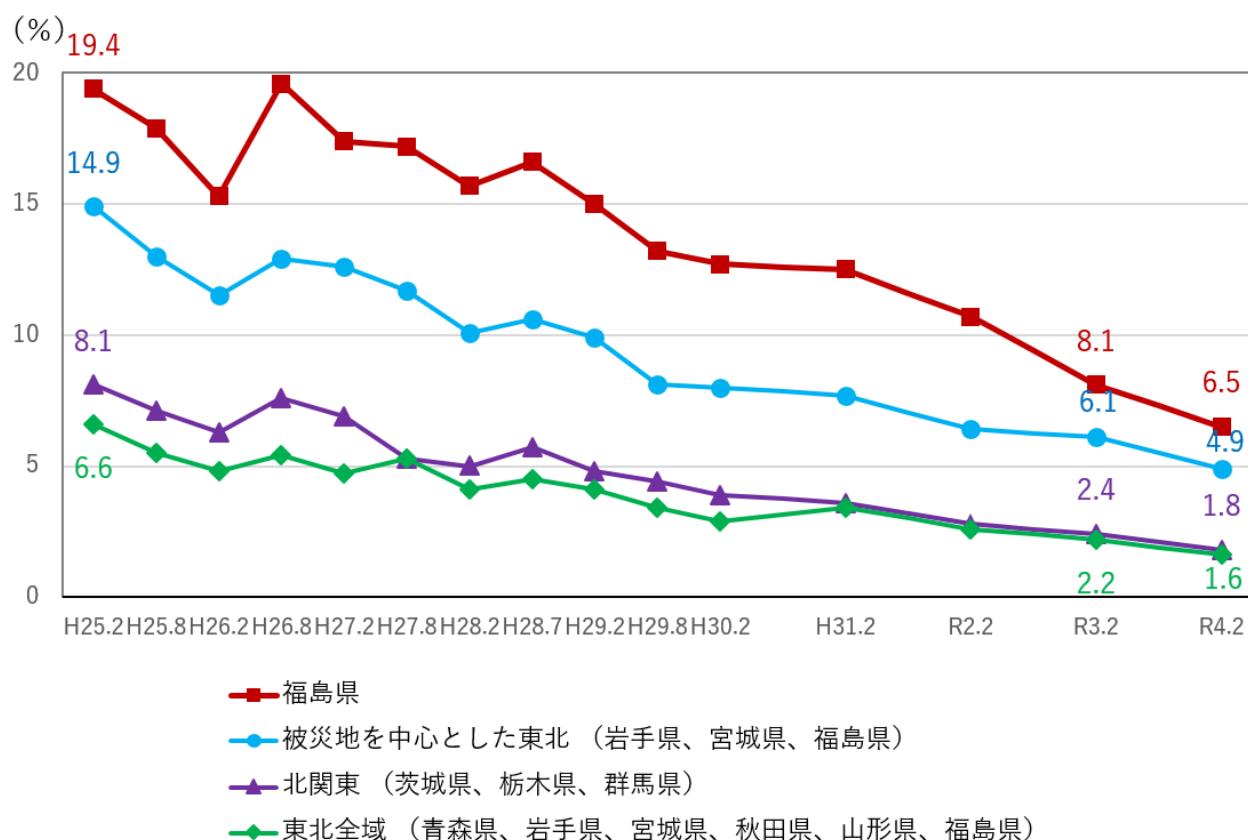


図2 放射性物質を理由に購入をためらう食品の産地

(※グラフ中の値は調査対象者全体 (n=5,176人) に対する割合です。)

ウ 基準値以内であれば放射性物質のリスクを受け入れられると回答した人の割合は、第14回に比べ増加

流通している食品からの低線量の放射線による健康リスクの受け止め方に関しては、「基準値以内であればリスクを受け入れられる」又は「ことさら気にしない」と回答した人の割合は58.5%と、第14回に比べ増加しています。

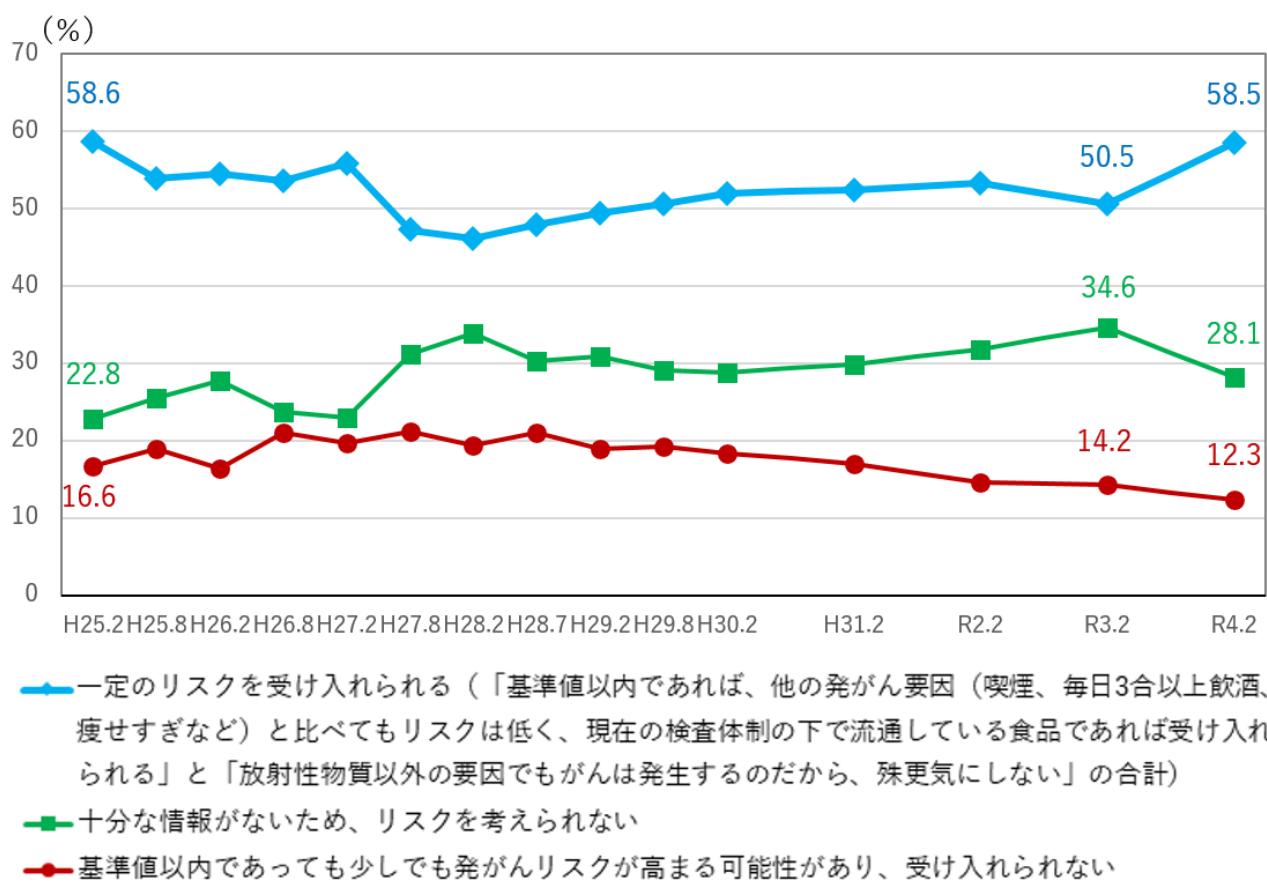


図3 放射線における低線量被ばくのリスクの受け止め

(※グラフ中の値は調査対象者全体 (n=5,176) に対する割合です。)

(2) 食品中の放射性物質に関する出荷制限等への意識や理解

食品中の放射性物質の検査が行われていることを知らないと回答した人の割合には大きな変化は見られない

食品中の放射性物質の検査については、いずれの項目についても、昨年と比べて大きな変化は見られませんでした。

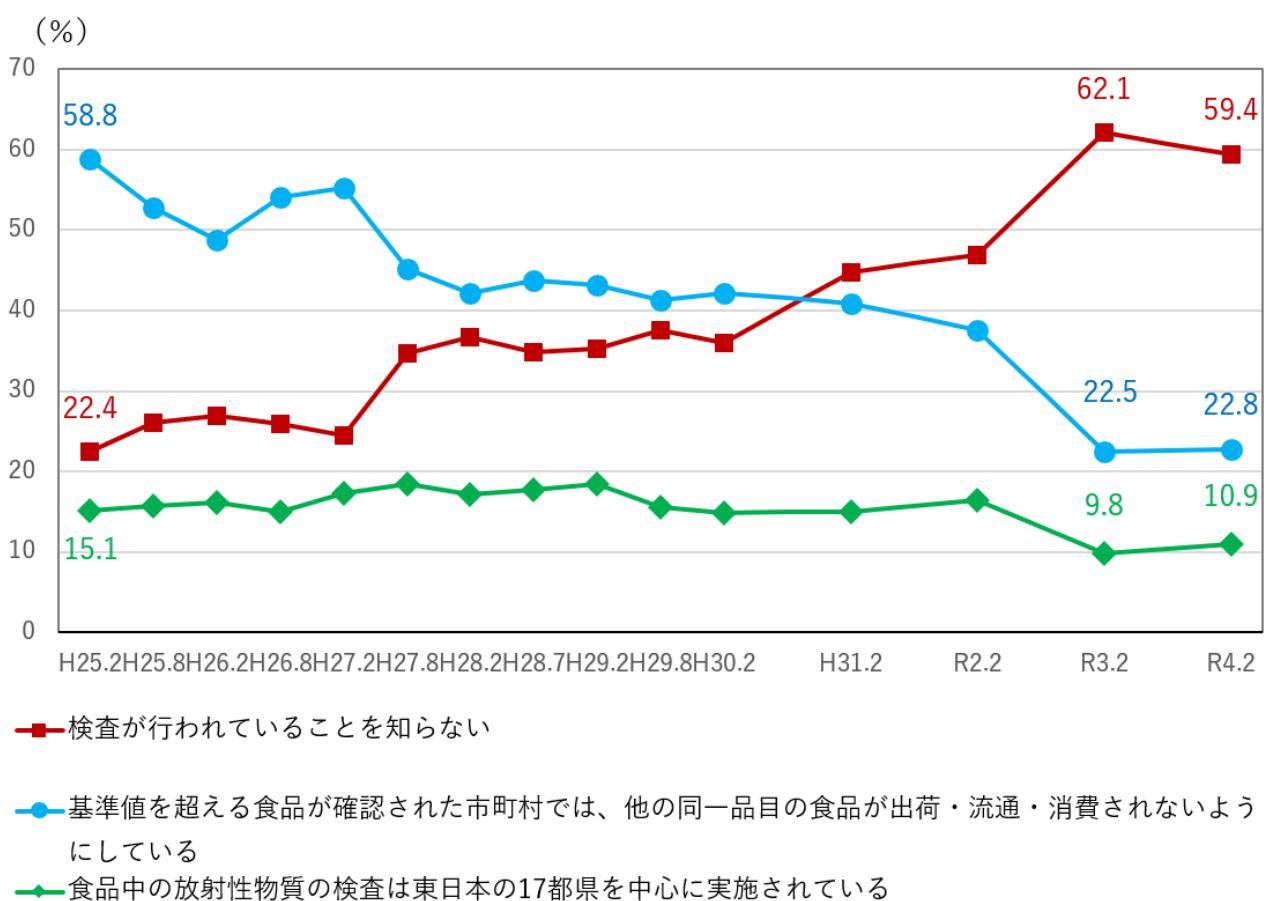


図4 食品中の放射性物質の検査に関する知識

(※グラフ中の割合は、調査対象者全体(n=5,176)に対する値です。)

(3) 風評被害を防止するために行うべきこと（今年度新規）

風評被害を防止し、売られている食品を安心して食べるためには、「それぞれの食品の安全に関する情報提供（検査結果など）」、「それぞれの食品の安全性に関する情報に触れる機会の増加」及び「それぞれの食品の産地や産品の魅力に関する情報提供」を求める回答が多い

風評被害を防止し、売られている食品を安心して食べるためにはどのようなことが行われるとよいか聞いたところ、食品の安全に関する情報提供やその機会の増加、それぞれの産地や産品の魅力に関する情報提供等が上位を占めました。

表1 風評被害を防止するため行うべきこと

(複数回答)

項目	人数(n)	割合(%)
それぞれの食品の安全に関する情報提供（検査結果など）	2,384	46.1
それぞれの食品の安全性に関する情報に触れる機会の増加	1,854	35.8
それぞれの食品の産地や産品の魅力に関する情報提供	1,602	31.0
行政や専門家による科学的、制度的な説明	1,548	29.9
マスメディア等を通じた個別の食品や食品全般についてのPR	1,388	26.8
国際的な風評の払拭	1,203	23.2
産品に触れる機会の増加（実際に購入できる機会の増加）	1,116	21.6
何をやっても安心できるとは思わない	810	15.6
その他	77	1.5

3 本調査のまとめ及び消費者庁等の取組

(1) 本調査のまとめ

消費者の購買意識として、産地を気にする理由で「放射性物質の含まれていない食品を買いたいから」と回答した人の割合、放射性物質を理由に購入をためらう産地について「福島県」及び「被災地を中心とした東北」と回答した人の割合は、減少傾向を示しています。

また、風評被害を防止し、売られている食品を安心して食べるためには、食品の安全に関する情報提供やその機会の増加、それぞれの産地や產品の魅力に関する情報提供等を行うとよいという意見が多く見られました。

(2) 消費者庁等の取組

本調査の結果を踏まえ、消費者庁は、引き続き、関係府省庁や地方公共団体等と連携し、食品に関する情報発信やリスクコミュニケーションを推進してまいります。

具体的には、

- ① 食品中の放射性物質に関する意見交換会や福島県を中心とした被災地の農林水産物の魅力等を広くお伝えするための取組の実施
- ② 最新の情報に改訂したパンフレット「食品と放射能Q & A」の配布等、食品の安全に関する正確な情報発信
- ③ 地方公共団体等が実施するリスクコミュニケーションの取組に対する積極的な支援等を行います。

【問合せ先】

消費者庁消費者安全課

堀部、後藤、綱島

TEL : 03-3507-9280

FAX : 03-3507-9290

Mail : g. anzenshoku@caa.go.jp

URL : <https://www.caa.go.jp/>