

# 平成30年度食の安心・安全アンケート調査結果について

## 1 調査の概要

### (1) 目的

府民の食の安心・安全に係る意識を把握し、京都府における食の安全や信頼性の確保の推進に資する。

### (2) 調査対象

一般府民及び京都府広報モニター

### (3) 調査方法

インターネット及びイベント等会場における書面調査

### (4) 実施期間

平成30年11月24日～平成31年3月31日

### (5) 有効回答数

626

うち インターネット（広報モニター含む）	330
書面	296

### (6) 調査項目

- ア 食品の安全に対する意識
- イ 食品の安全について関心のあること
- ウ 食品の安全に関する情報の情報源
- エ 食品の安全に関して気をつけていること
- オ 食品の安全について行政に行ってほしいこと

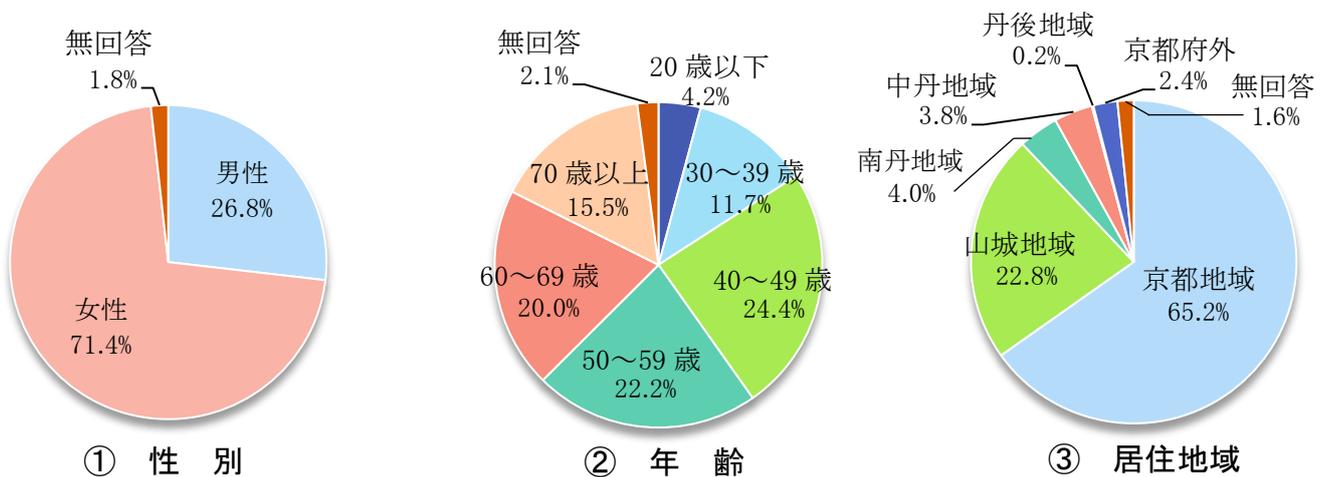
#### 【京都府広報モニター】

趣 旨 府民参加による開かれた府政の推進を目的として、府が行う広報活動についてアンケート調査を実施し、府政運営の参考とする。

活動内容 府が行う広報活動に対する、インターネットを利用したアンケート調査への回答など。  
(年12回程度)

## 2 回答者の属性

区 分		回答数	%
全 体		626	100.0
性 別	男性	168	26.8
	女性	447	71.4
	無回答	11	1.8
年 齢	20 代以下	26	4.2
	30 代	73	11.7
	40 代	153	24.4
	50 代	139	22.2
	60 代	125	20.0
	70 代以上	97	15.5
	無回答	13	2.1
居住地域*	京都地域	408	65.2
	山城地域	143	22.8
	南丹地域	25	4.0
	中丹地域	24	3.8
	丹後地域	1	0.2
	京都府外	15	2.4
	無回答	10	1.6



### 【居住地域の区分】

京都地域：京都市、向日市、長岡京市、大山崎町

山城地域：宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村

南丹地域：亀岡市、南丹市、京丹波町

中丹地域：福知山市、舞鶴市、綾部市

丹後地域：宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町

### 3 調査結果

問1 京都府の食の安心・安全について、どのように感じていますか。次の中から1つ選んでください。「どちらかといえば不安」「不安」を選んだ方はその理由もお書きください。

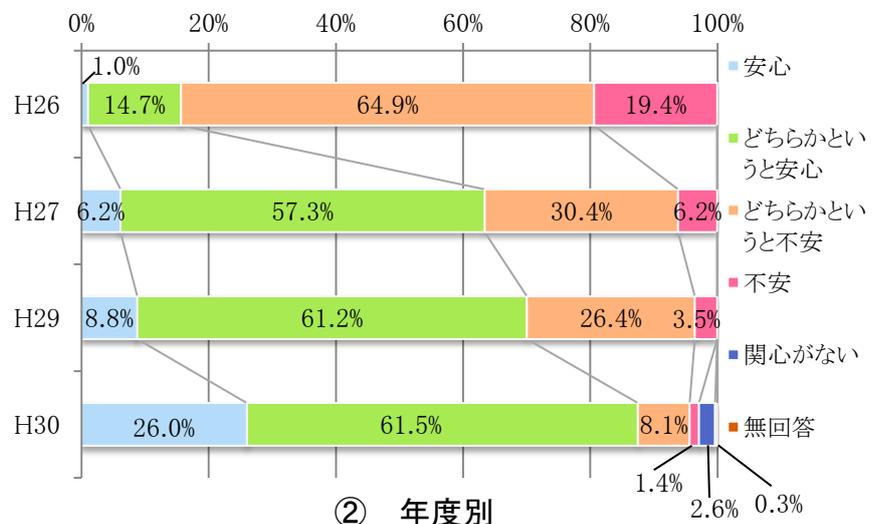
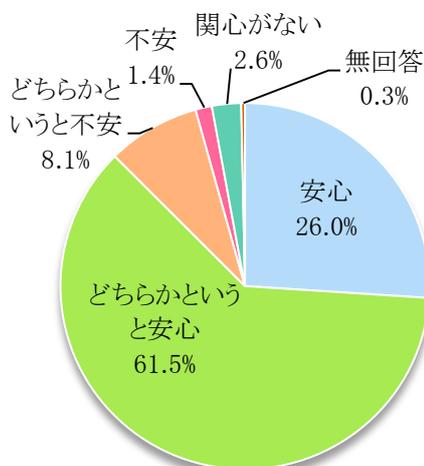
	回答数	割合 (%)
安心	163	26.0
どちらかといえば安心	385	61.5
どちらかといえば不安	51	8.1
不安	9	1.4
関心がない	16	2.6
無回答	2	0.3
合計	626	100.0

#### 【「どちらかといえば不安」「不安」と回答した主な理由】

- ・ 輸入物がはっきり分からないから
- ・ 情報が少ないから
- ・ 添加物入りの食品が多すぎる
- ・ 生産や流通のプロセスが見えない。作っている人の思いが分からない
- ・ 産地偽装の問題が後を絶たないため
- ・ 最近外食での健康被害が多いから

#### 結果概要

- ・ 「安心」「どちらかというと安心」と感じる方が、85%を超えています。
- ・ 「安心」「どちらかというと安心」と感じる方は、一貫して増加傾向です。



※H28年度は設問なし。H30年度から「関心がない」選択肢を追加。

問2 食品の安全について、あなたが特に関心をもっていることは何ですか。次の中から3つまで選んでください。

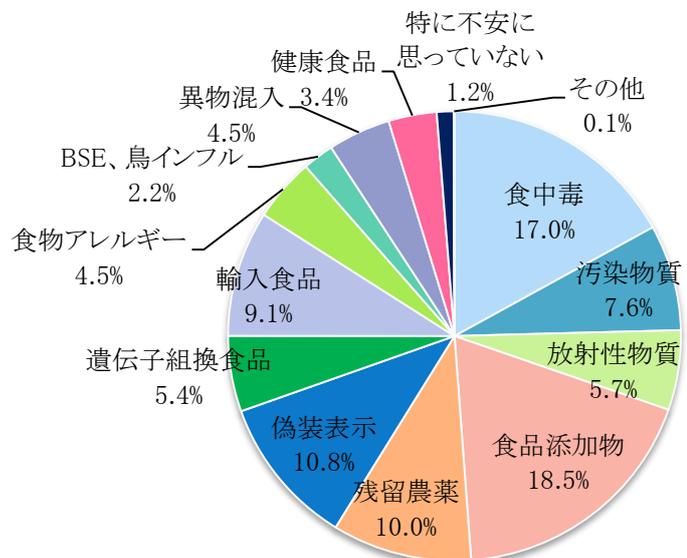
	回答数	割合 (回答数%)	割合 (回答者%)
食中毒 (O157、ノロウイルスなど)	296	17.0	47.3
汚染物質 (メチル水銀、カドミウムなど)	133	7.6	21.2
食品中の放射性物質 (放射性セシウムなど)	100	5.7	16.0
食品添加物	323	18.5	51.6
残留農薬	174	10.0	27.8
偽装表示 (産地、原材料、賞味期限など)	188	10.8	30.0
遺伝子組換え食品	95	5.4	15.2
輸入食品	158	9.1	25.2
食物アレルギー	79	4.5	12.6
BSE (牛海綿状脳症)、鳥インフルエンザ	39	2.2	6.2
食品への異物混入	78	4.5	12.5
健康食品	60	3.4	9.6
特に不安に思っていない	21	1.2	3.4
その他	1	0.1	0.2
合計	1745	100.0	

【その他の意見】

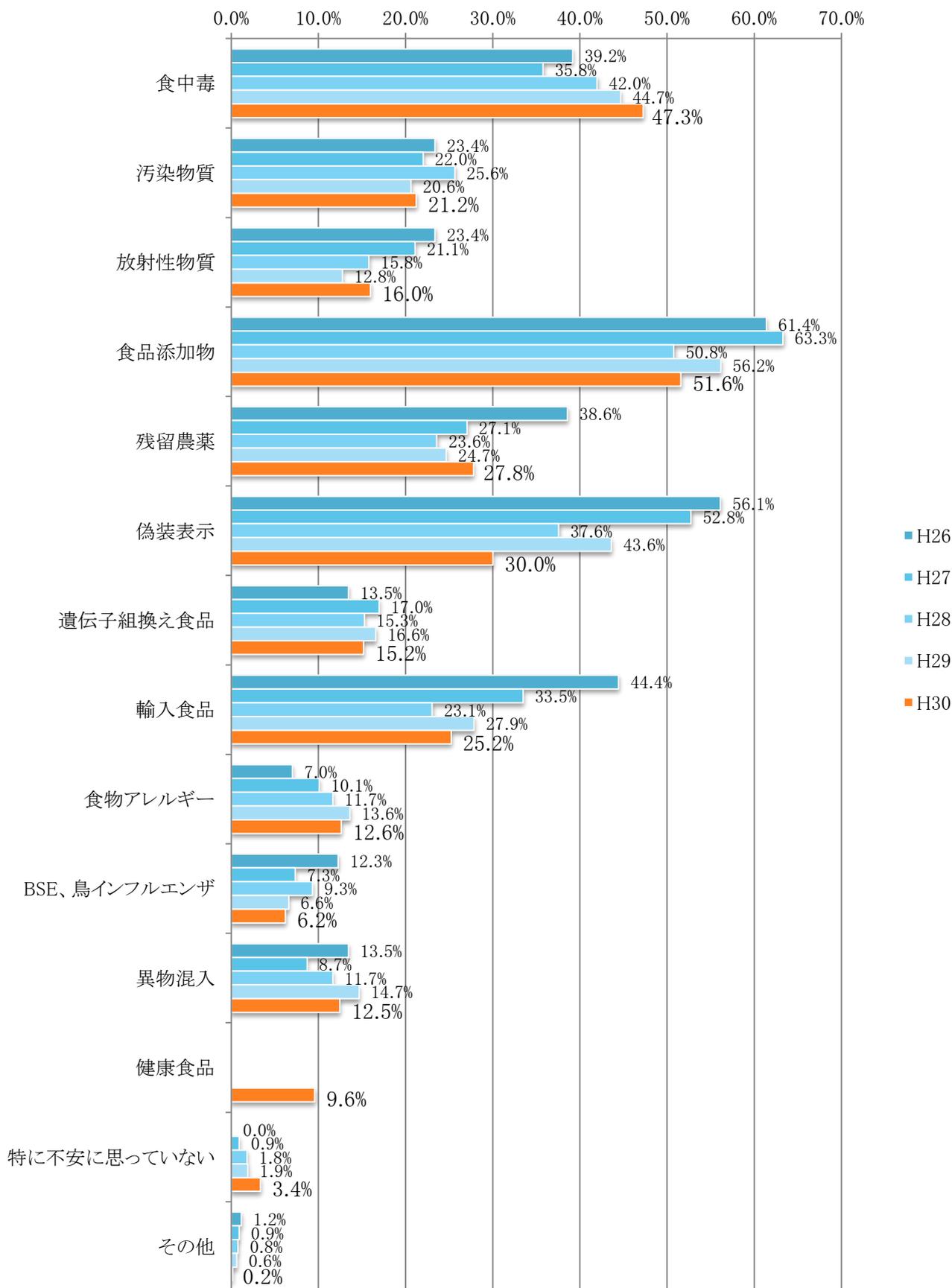
- ・お出汁にもこだわってできるだけ手作りすることを、常に心がけている。輸入食品や加工食品全般に安心がほしいと思う。

結果概要

- ・昨年度と同様に「食品添加物」「食中毒」に関心を持っている方が多い傾向です。
- ・全体的な傾向は昨年度から大きな変化はありません。



① 項目別



② 年度別

※H30年度から「健康食品」選択肢を追加。

問3 あなたは、食品の安全に関する情報について、どこから得ることが多いですか。  
 次の中からいくつでも選んでください。

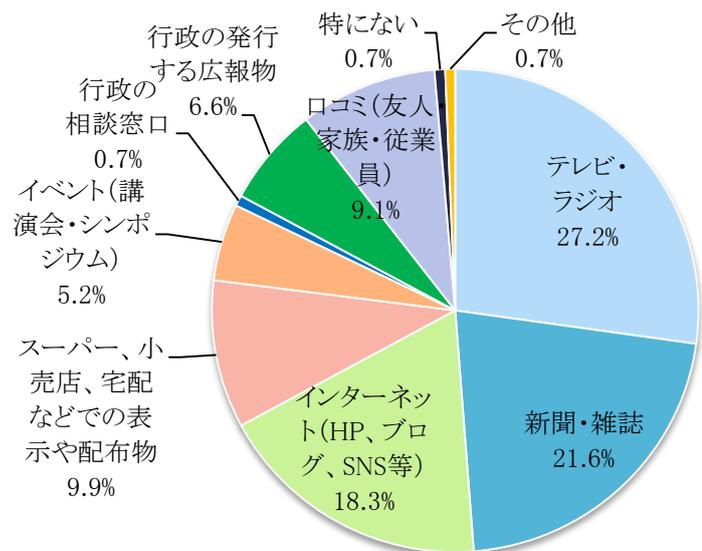
	回答数	割合 (回答数%)	割合 (回答者%)
テレビ・ラジオ	459	27.2	73.3
新聞・雑誌	364	21.6	58.1
インターネット (HP、ブログ、SNS など)	309	18.3	49.4
スーパー、小売店、宅配などでの表示や配布物	167	9.9	26.7
イベント (講演会・シンポジウムなど)	87	5.2	13.9
行政の相談窓口	12	0.7	1.9
行政の発行する広報物	112	6.6	17.9
口コミ (友人・家族・従業員など)	154	9.1	24.6
特にない	12	0.7	1.9
その他	11	0.7	1.8
合計	1687	100.0	

【その他の主な意見】

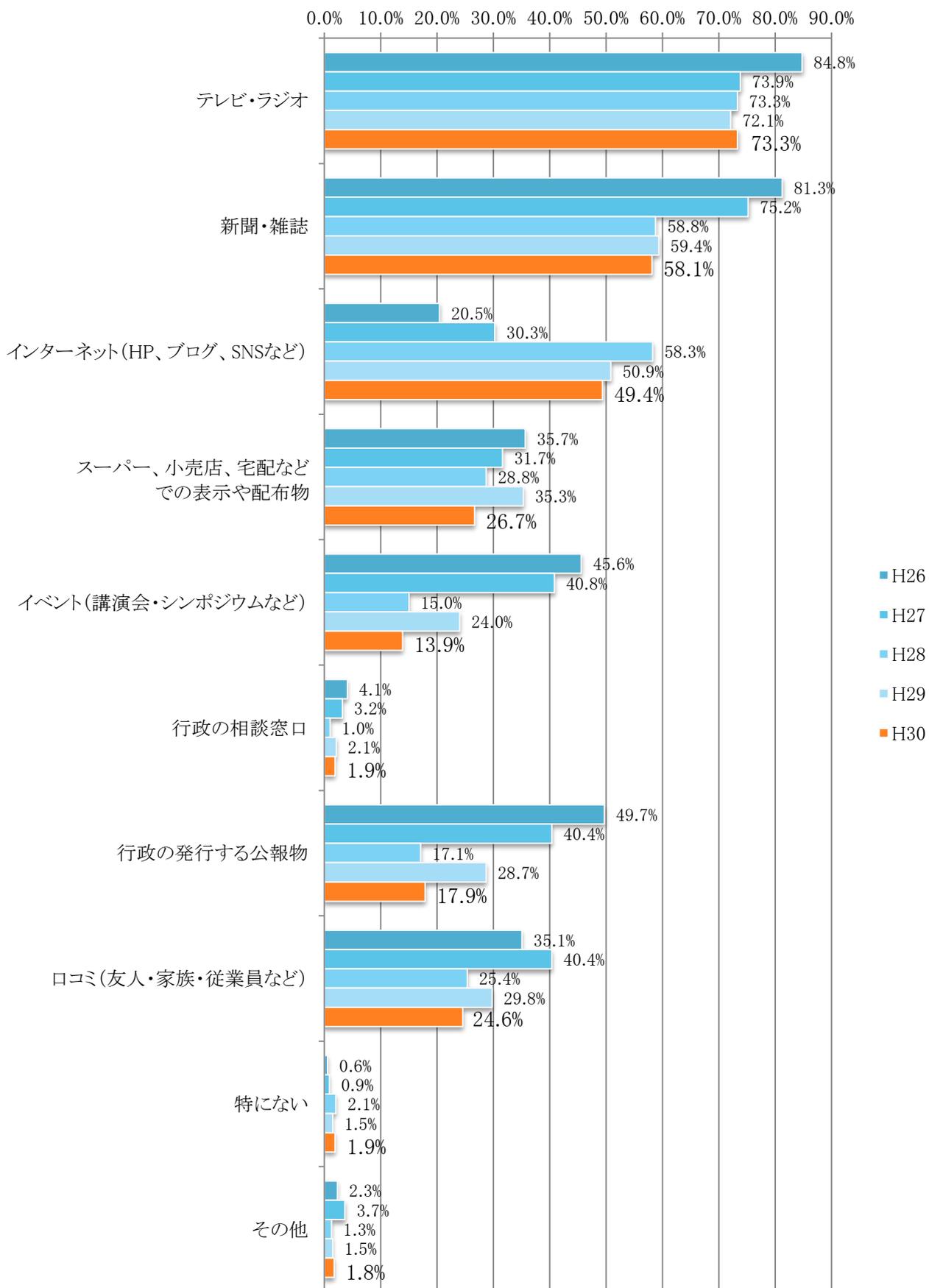
- ・ イベントやお店等に足運ぶ
- ・ 保育園
- ・ 生活協同組合などの冊子
- ・ 関心のある項目を本で調べる

結果概要

- ・ 「テレビ・ラジオ」「新聞・雑誌」など旧来からのマスメディアから情報を得ている方が、依然として多い傾向です。
- ・ ここ数年は、半数ほどの方がインターネットから情報を得ています。



① 項目別



② 年度別

問4 あなたは、食品を購入する時に、食品の安全についてどのような点を考慮していますか。次の中から**3つまで**選んでください。

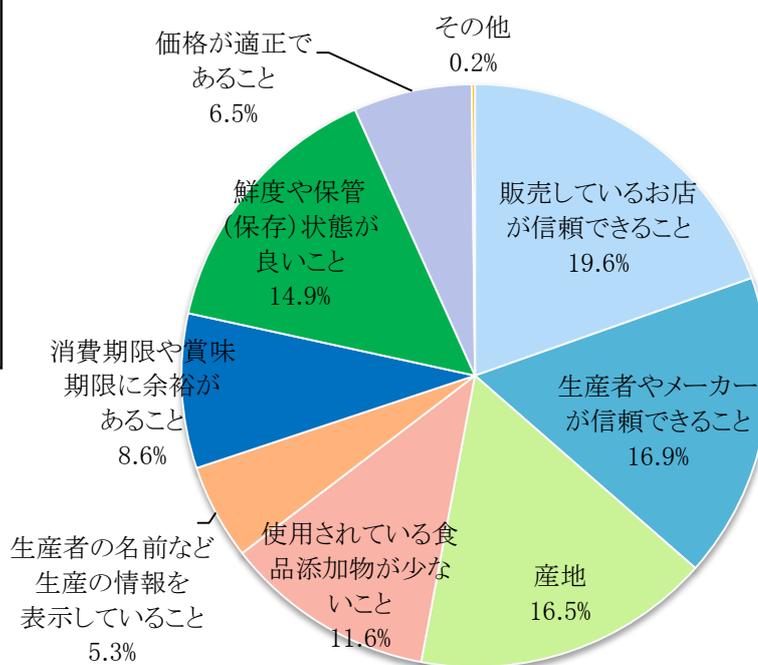
	回答数	割合 (回答数%)	割合 (回答者%)
販売しているお店が信頼できること	333	19.6	53.2
生産者やメーカーが信頼できること	288	16.9	46.0
産地	280	16.5	44.7
使用されている食品添加物が少ないこと	198	11.6	31.6
生産者の名前など生産の情報を表示していること	90	5.3	14.4
消費期限や賞味期限に余裕があること	146	8.6	23.3
鮮度や保管（保存）状態が良いこと	253	14.9	40.4
価格が適正であること	111	6.5	17.7
その他	3	0.2	0.5
合計	1702	100.0	

【その他の主な意見】

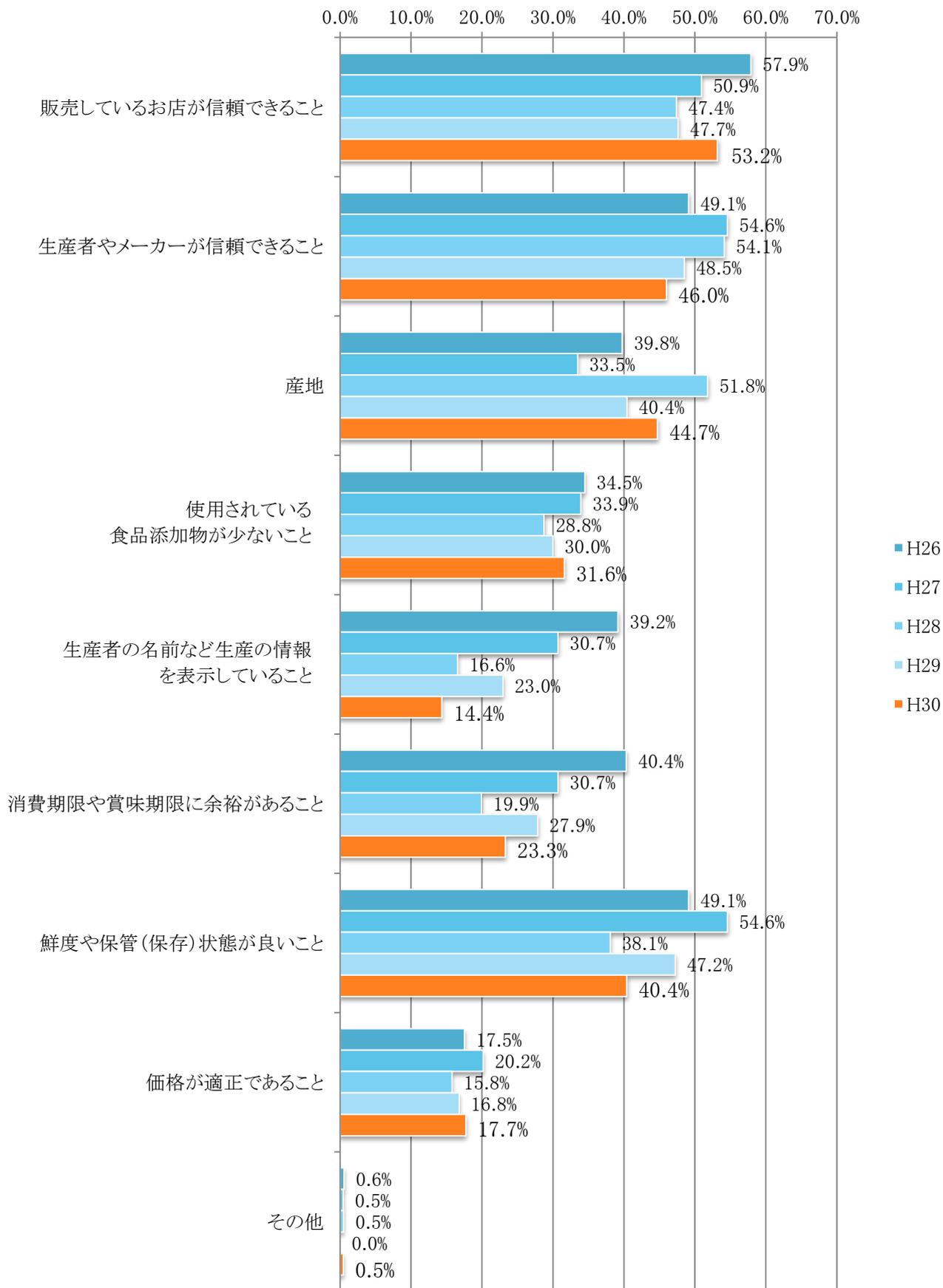
- ・輸入食品でないこと
- ・添加物、遺伝子組換え食品、放射性物質の検査などの表示
- ・心配している割には、高いか安くないかを見て結局購入していることに気づいた

結果概要

- ・半数程度の方が「販売店・生産者・メーカーが信頼できること」を購入の際の食品の安全における判断材料にしています。
- ・全体的な傾向は昨年度から大きな変化はありません。



① 項目別



② 年度別

問5 食品の安全を高めるために、京都府がさらに強化すべき取組は何だと思いますか。次の中から**3つまで**選んでください。

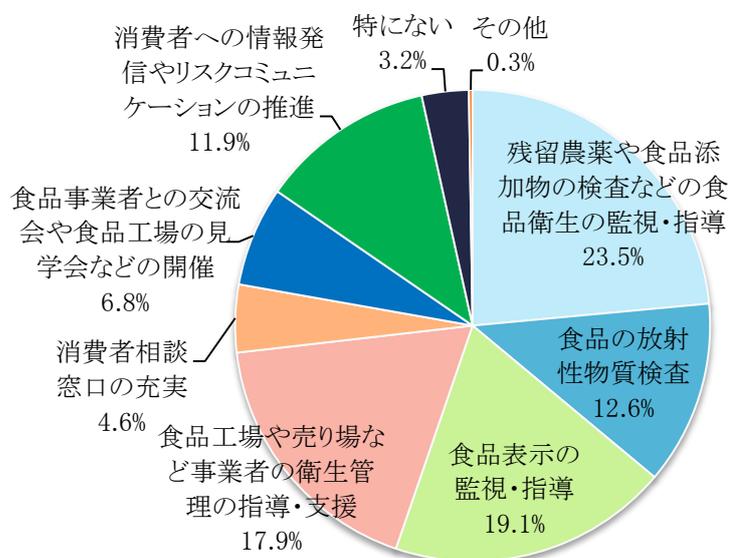
	回答数	割合 (回答数%)	割合 (回答者%)
残留農薬や食品添加物の検査などの食品衛生の監視・指導	375	23.5	59.9
食品の放射性物質検査	201	12.6	32.1
食品表示の監視・指導	305	19.1	48.7
食品工場や売り場など事業者の衛生管理の指導・支援	286	17.9	45.7
消費者相談窓口の充実	74	4.6	11.8
消費者と食品事業者の交流会や食品工場の見学会などの開催	109	6.8	17.4
消費者への分かりやすい情報発信やリスクコミュニケーションの推進	190	11.9	30.4
特にない	51	3.2	8.1
その他	4	0.3	0.6
合計	1595	100.0	

【その他の主な意見】

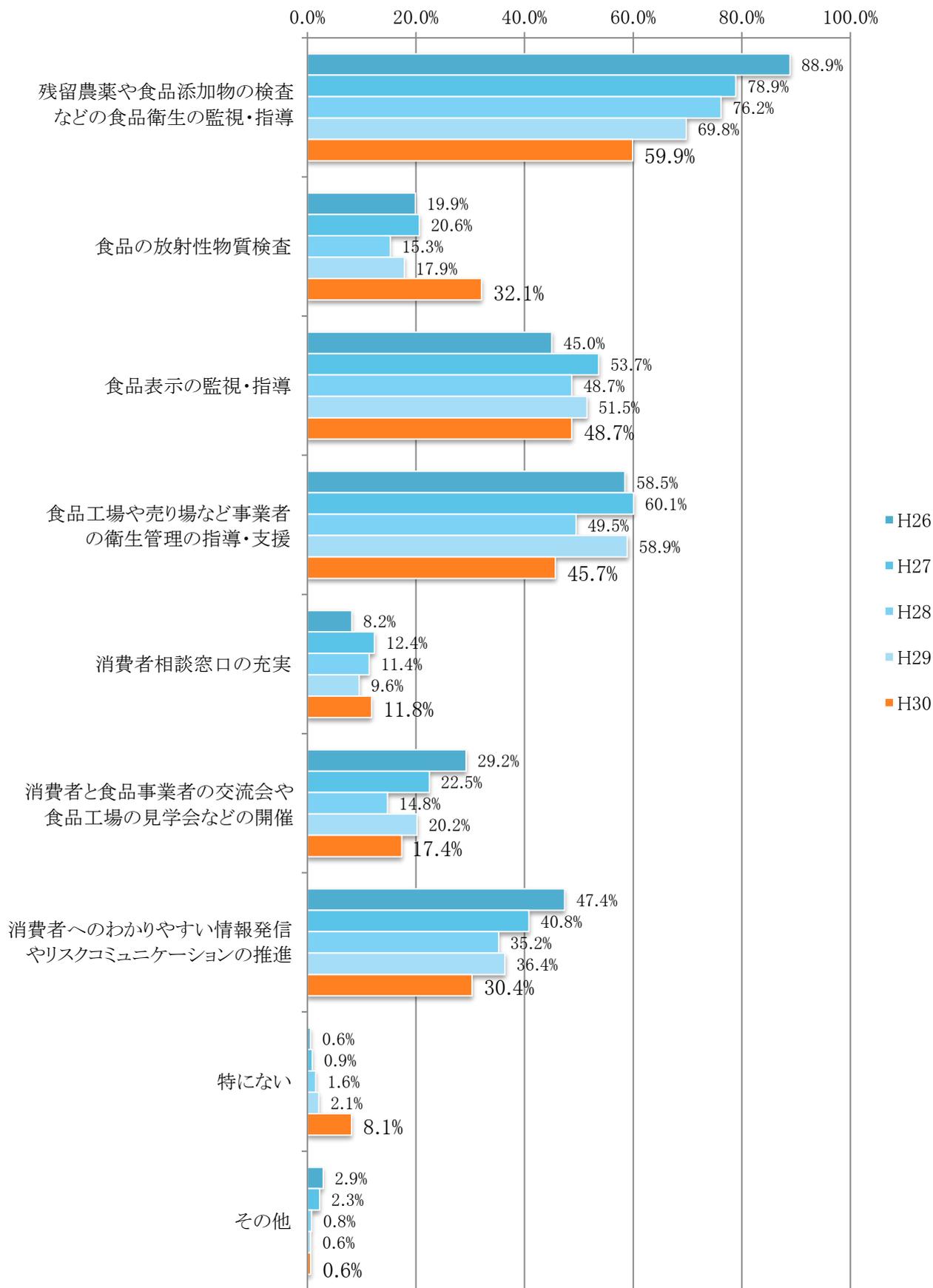
- ・メーカーの納豆のタレは使わないので、もったいない
- ・生産側の教育
- ・食品衛生面については、「京都」、「老舗」等に胡坐をかいているイメージがあり、地方の行政の方が衛生面等の指導、徹底ができていないように思えてならない
- ・京都府の食の安心・安全の取組はとても丁寧に行われていると感じますが、京都府のホームページからはその情報が読み取れません
- ・地産地消、有機農業の推進
- ・いろいろ情報が入っていると思うので、それらを早く正確に広報してほしい

結果概要

- ・半数程度の方が、事業者への監視や指導の取組を強化してほしいと考えています。
- ・「相談窓口」や「交流会・見学会」など能動的な情報獲得の機会よりも、「分かりやすい情報発信」など受動的に獲得できる機会を求める方が多い傾向です。



① 項目別



② 年度別