

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## 調査結果の概要



**バイテク情報普及会**

COUNCIL FOR BIOTECHNOLOGY INFORMATION JAPAN

遺伝子組み換え技術は、暮らしに役立つ可能性を育てています。

## 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

日本でもGM作物を原料とする食品は、私たちの暮らしに深く浸透しています。しかしながら、多くの消費者は、それらの食品に対し漠然とした不安感を持っており、受容意識は低いといわれています。

GM作物や食品は、世界的な食料不足が予測されるなか、今後、ますます重要な役割を担うことになるでしょう。GM食品について、消費者がきちんと知り、故の無い「不安感」を取り除くことが、極めて大切です。

バイテク情報普及会では、GM食品に対する不安感や低い受容意識の原因を探るとともに、どのような情報(メッセージ)を提供すれば、消費者の受容意識が向上するのかを探るため、各種の消費者意識調査を行いました。

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## 調査の概要と経緯

- 第一次調査 (WEB調査)
  - 男女2,000人(20-60代)を対象として、2012年8月に実施
  - GM作物やそれらを原料とした食品のメリット、活用状況などに関する様々なメッセージを対象者に提示し、其々のメッセージが受容意識にどのような影響を与えるかを探った。
- 第二次調査 (グループインタビュー)
  - 20-40代の女性を対象として、2012年11月に実施
  - 6グループ(各6人) 合計36人
  - 家族の食を預り、食の安全に敏感な主婦を対象に、第一次調査でGM食品の受容意識を高める効果のあった上位10のメッセージを中心に、個々にあるいは幾つかのメッセージを組み合わせで示し、GM食品の受容意識にどう影響するか調べた。

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

第二次調査の結果、ある種のメッセージを組み合わせで提示した場合、GM食品に対する受容度が向上する可能性があることが、定性的に確かめられた。

## ● 第三次調査 (WEB調査)

- 男女1,000人を対象に、2012年12月に実施  
(20-40代の子供を持つ女性:500人、子供のいない女性:250人、男性:250人)
- 第二次調査で得られた「GM食品に係るキー・メッセージ」が、消費者の受容意識向上にどの程度影響を与えるかを定量的に確認した。

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

消費者の受容意識を向上させた

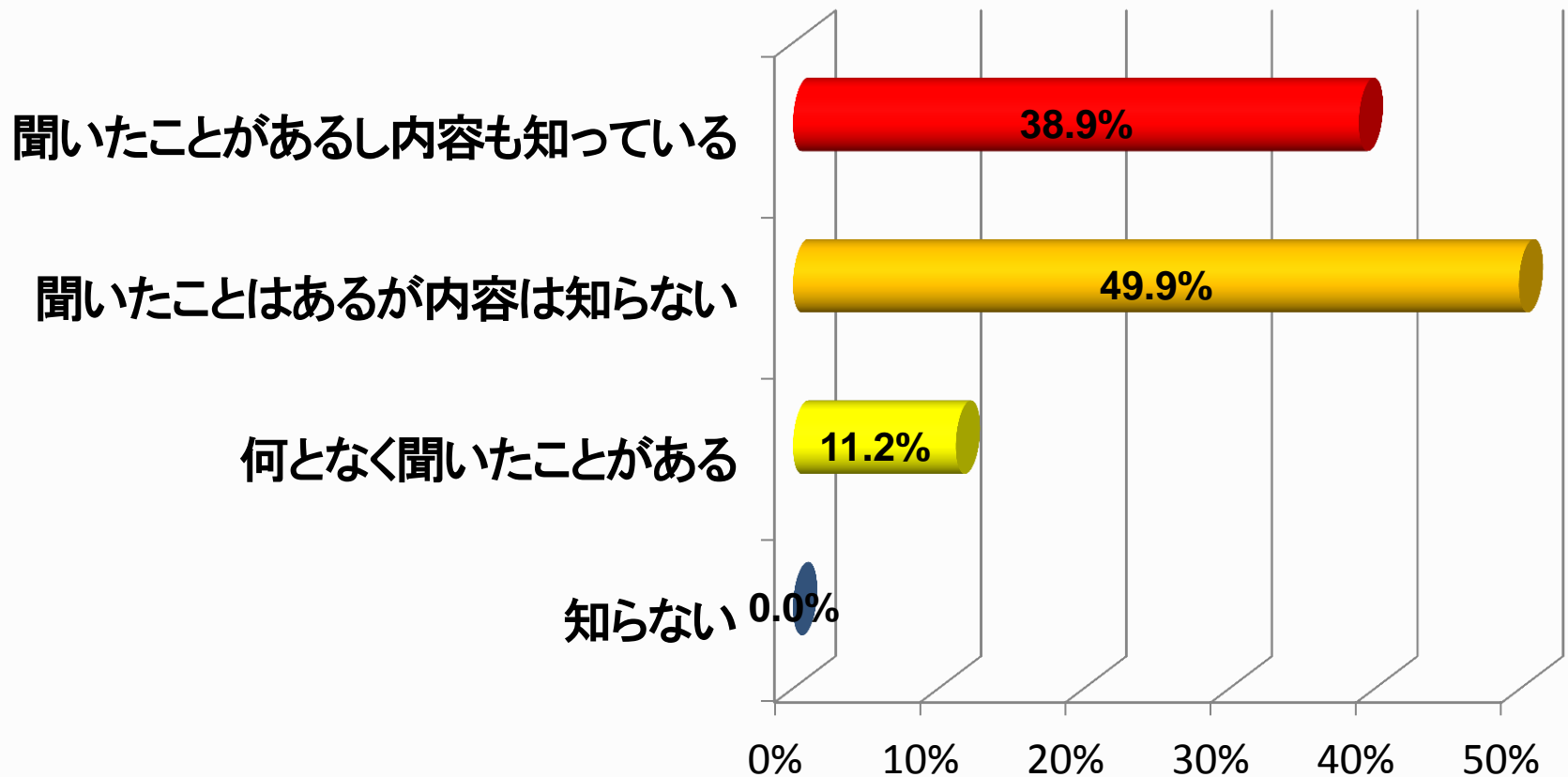
## 「GM食品に係るキー・メッセージ」

- 遺伝子組み換え作物は、遺伝子組み換え技術を用いて品種改良された作物です。
- 遺伝子組み換え作物は、食物アレルギー、微生物学、植物学、農学など、各分野の専門家が参画する、国際基準に基づく国の審査によって、安全性が確保されています。製品化されてから17年がたちますが、健康への影響は報告されていません。
- 日本は、おコメの国内消費量の倍もの量の遺伝子組み換え作物（大豆、トウモロコシなど）を輸入している、遺伝子組み換え作物の輸入大国です。
- 遺伝子組み換え作物は、食用油、コーンスターチ・甘味料などの原料や、家畜（牛・豚・にわとり）のエサとなります。そして、私たちが店頭で目にするドレッシングや即席めんなど油を使用した加工食品や飲料、食肉・卵・乳製品など、多くの食品にいかされ、日本の食生活を支えています。

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## 『GM食品』を知っていますか？

全体(n=1000)

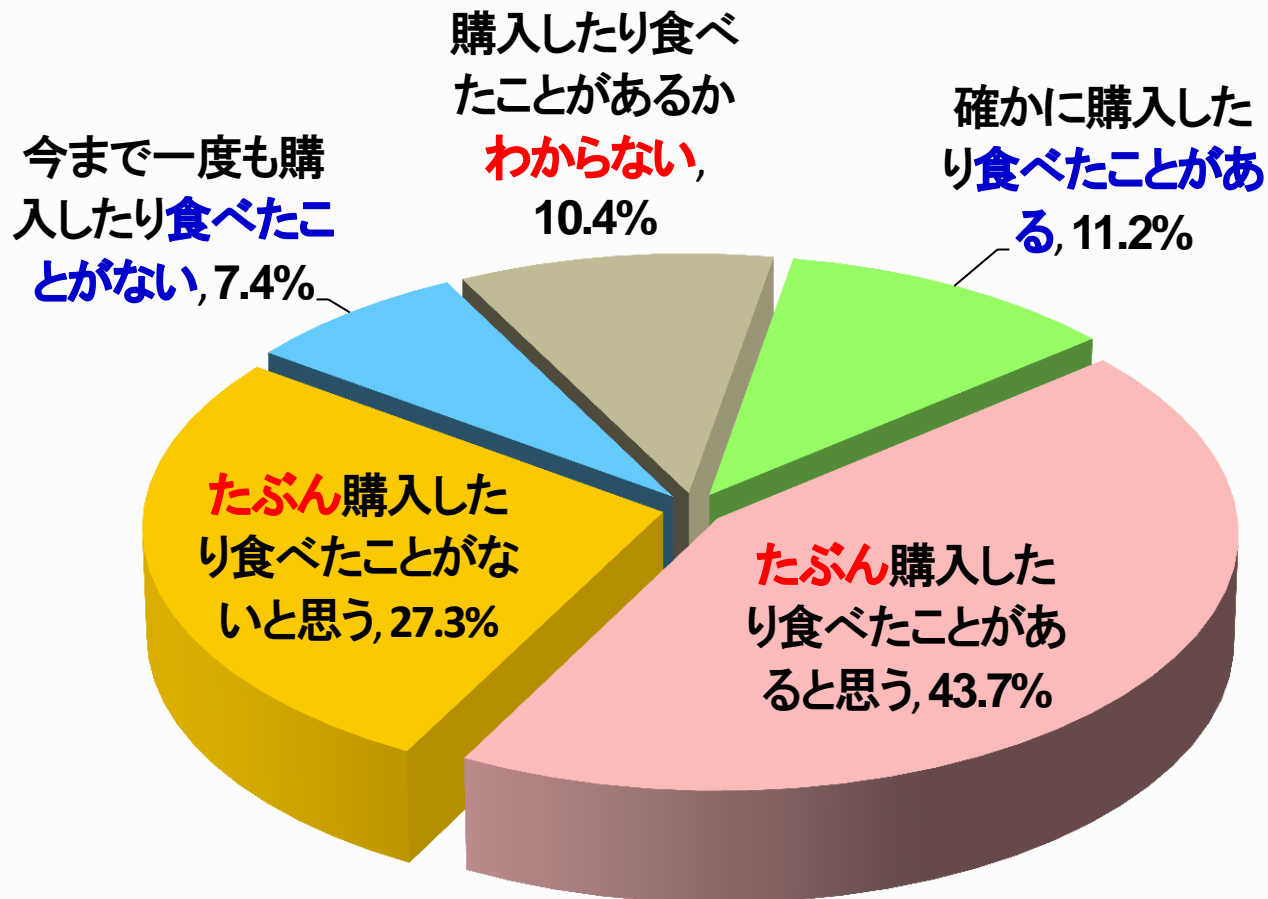


# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## 『GM食品』を購入し、食べたことがありますか？

### 8割の人は「確信」をもっていない

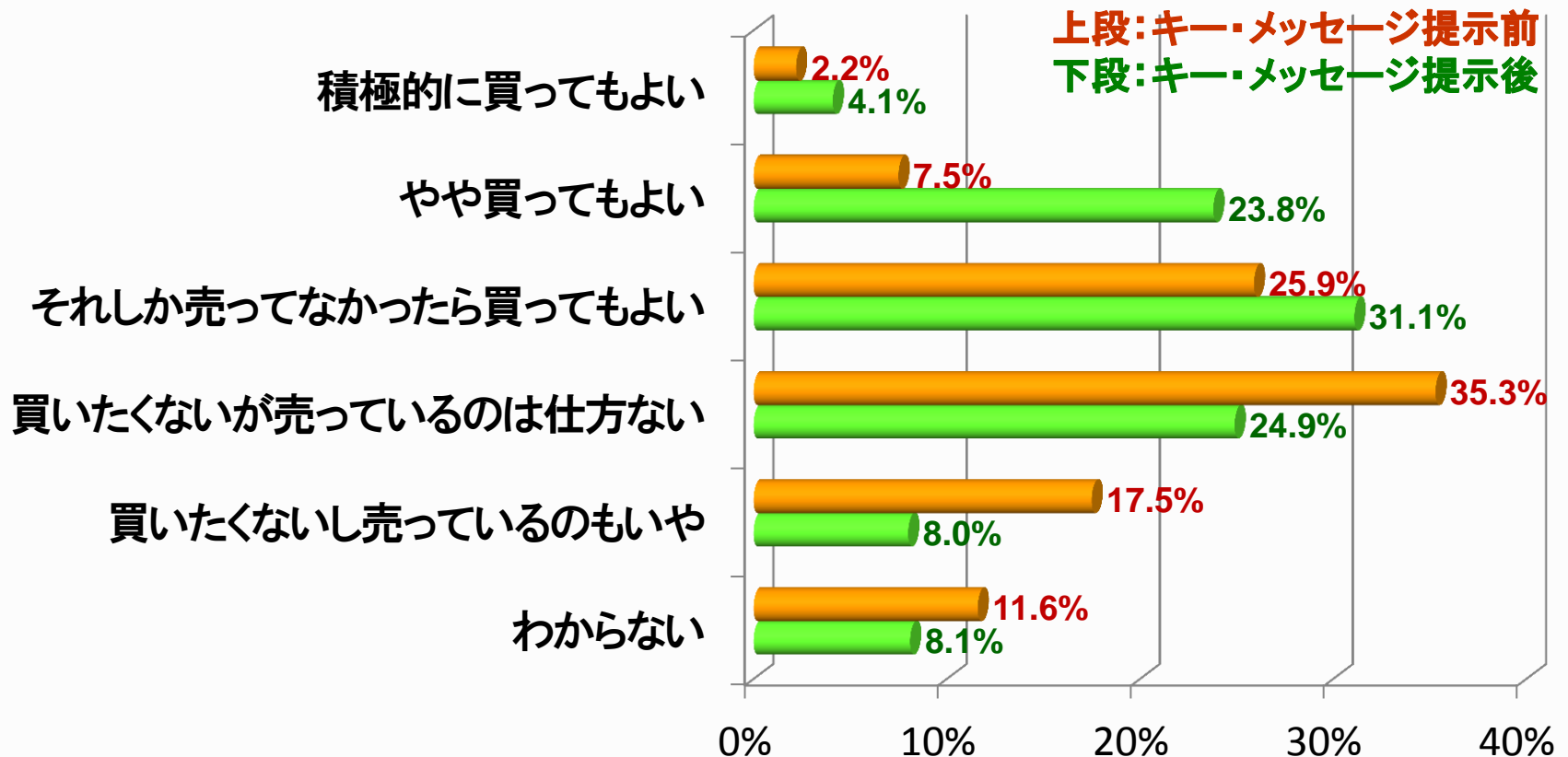
全体 (n=1000)



# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## キー・メッセージの提示で「買ってもよい」が増加

全体(n=1000)



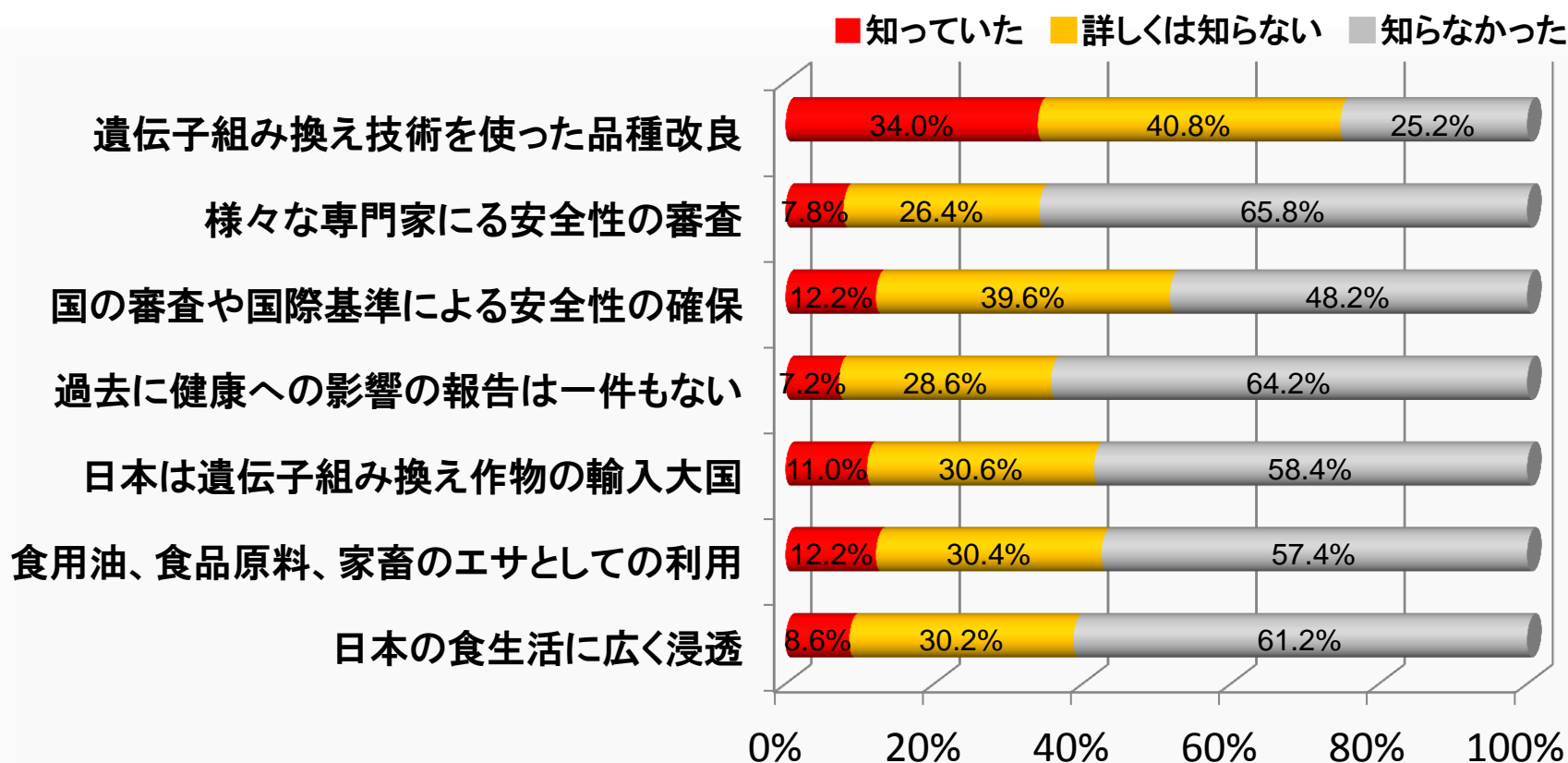


# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## 「GM食品に係るキー・メッセージ」の中で、知っていたこと？

9割は具体的な事実を知らなかった

全体(n=1000)



# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## 受容意識が変化した理由は？

全体(n=1000)

キー・メッセージをみて安心した 64.6%

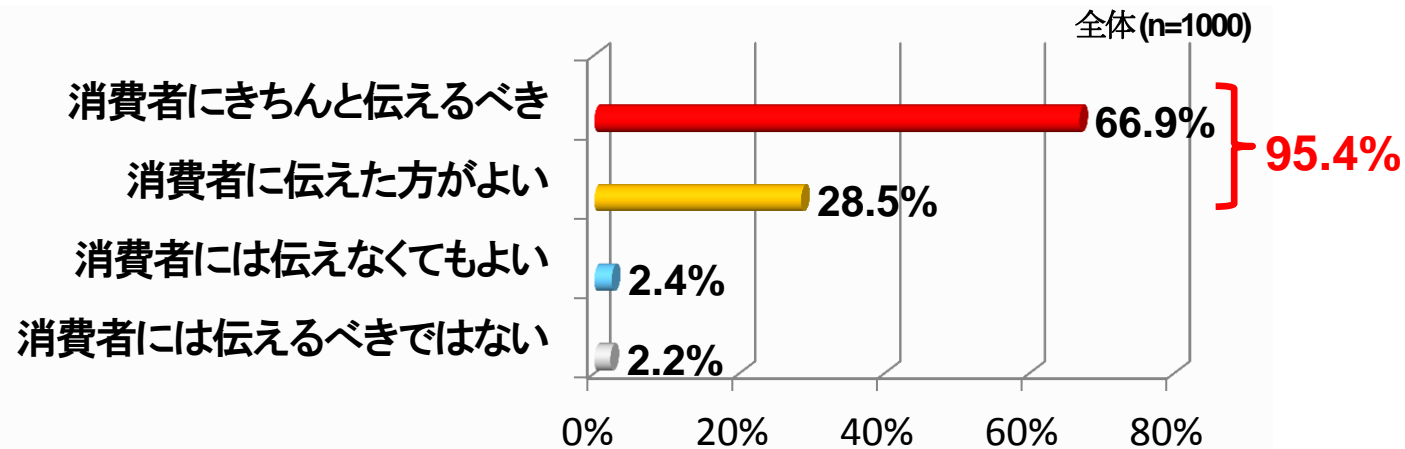
キー・メッセージをみて驚いた(現状認識) 52.1%

安心につながった点 (上位3位の理由)	
1. 安全審査に様々な専門家が関与していること(含医学)	41.2%
2. 国の厳しい審査で安全性が確保されていること	34.0%
3. 過去に健康への影響の報告は一件もないこと	32.8%

驚き(現状認識)につながった点 (上位3位の理由)	
1. 日本の食生活を支えていること	33.7%
2. 日本が遺伝子組み換え作物の輸入大国であること	30.7%
3. 食用油や加工食品、飲料などに活かされていること	28.4%

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## キー・メッセージの内容は消費者に伝えるべき？



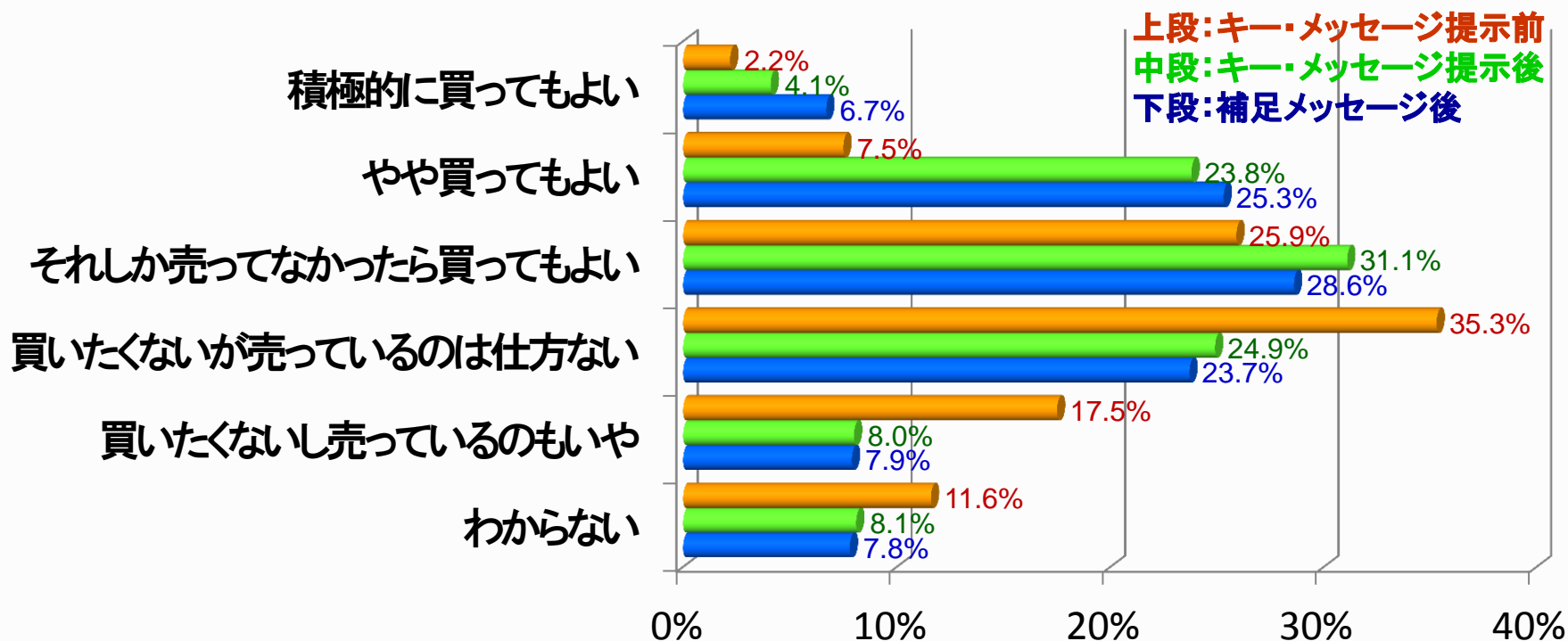
GMの事実があまり知られていない原因と思う情報源(トップ5)

1	マスメディア(テレビ、新聞、雑誌)	74.2%
2	食品メーカーや業界団体	56.0%
3	行政(省庁、自治体)	55.1%
4	学校教育	39.3%
5	スーパーや小売店	37.1%

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## 補足メッセージの効果は限定的・・・

全体(n=1000)



### 補足メッセージ

- 栄養価の高いGM作物が開発されている
- 花粉症などアレルギーや病気の治療に役立つGM作物が開発されている
- 農業分野でCO<sub>2</sub>排出量、水、農薬の使用量の削減に役立っている

# 遺伝子組み換え(GM)食品に対する消費者の意識調査

## まとめ

- GM食品について、4割の人が『知っているし内容も理解している』と回答しているが、実際には、安全性評価の仕組みや輸入の実態などの具体的な事実は、9割の人が知らなかった。『遺伝子組み換え食品』という言葉だけが、一人歩きしている。
- 「GM食品に係るキー・メッセージ」の提示、すなわち、
  1. 「GM作物は、遺伝子組み換え技術を用いて品種改良された作物であること」、
  2. 「GM作物や食品に係る安全性が確認されていて、健康への影響は報告されていないという事実」、
  3. 「日本はGM作物の輸入大国で、それらを原料とした食品が広く普及し、日本の食生活を支えている実態」などの情報を提示することで、消費者のGMに対する不安感は緩和され、納得感の醸成を通じて、受容意識の向上につながる事が確かめられた。
- マスメディア、食品メーカー・団体、行政機関などからの、積極的な情報発信が、極めて重要な役割として期待されている。