

# 遺伝子組換え食品に対する 消費者の意識調査

～表示に関する設問まとめ～

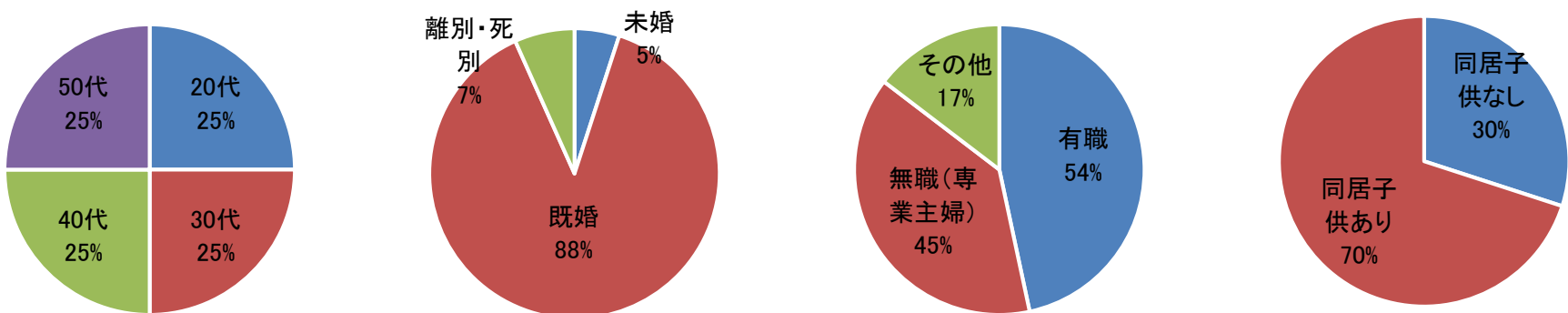
2017年11月

# 調査の概要

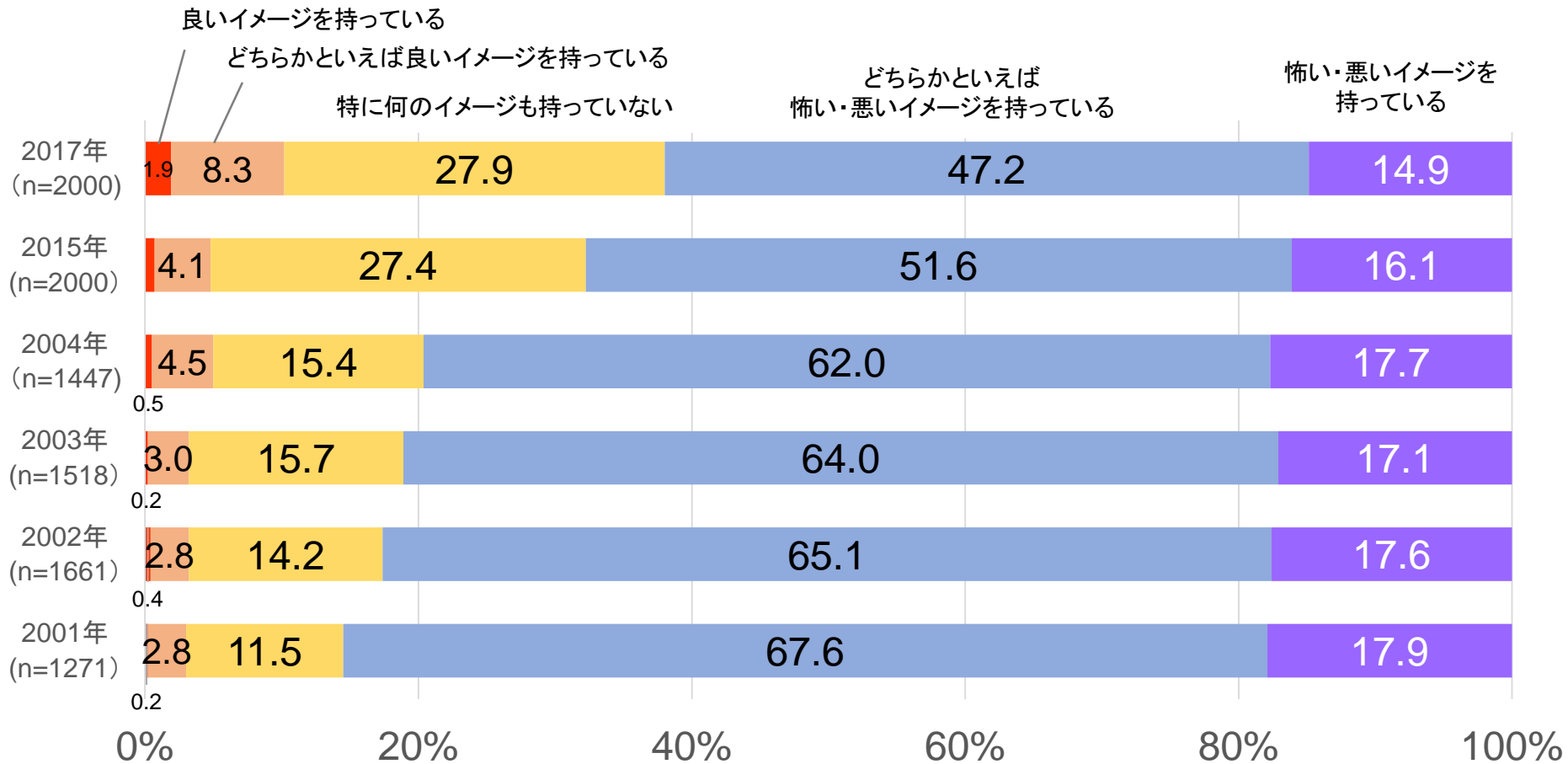
## ■ アンケート調査(定量調査)

- 調査エリア: 全国
- 調査対象者: 20~50代女性(既婚女性中心)
- 調査規模: 2,000サンプル
- 調査方法: Web調査(楽天リサーチ)
- 調査時期: 2017年10月下旬

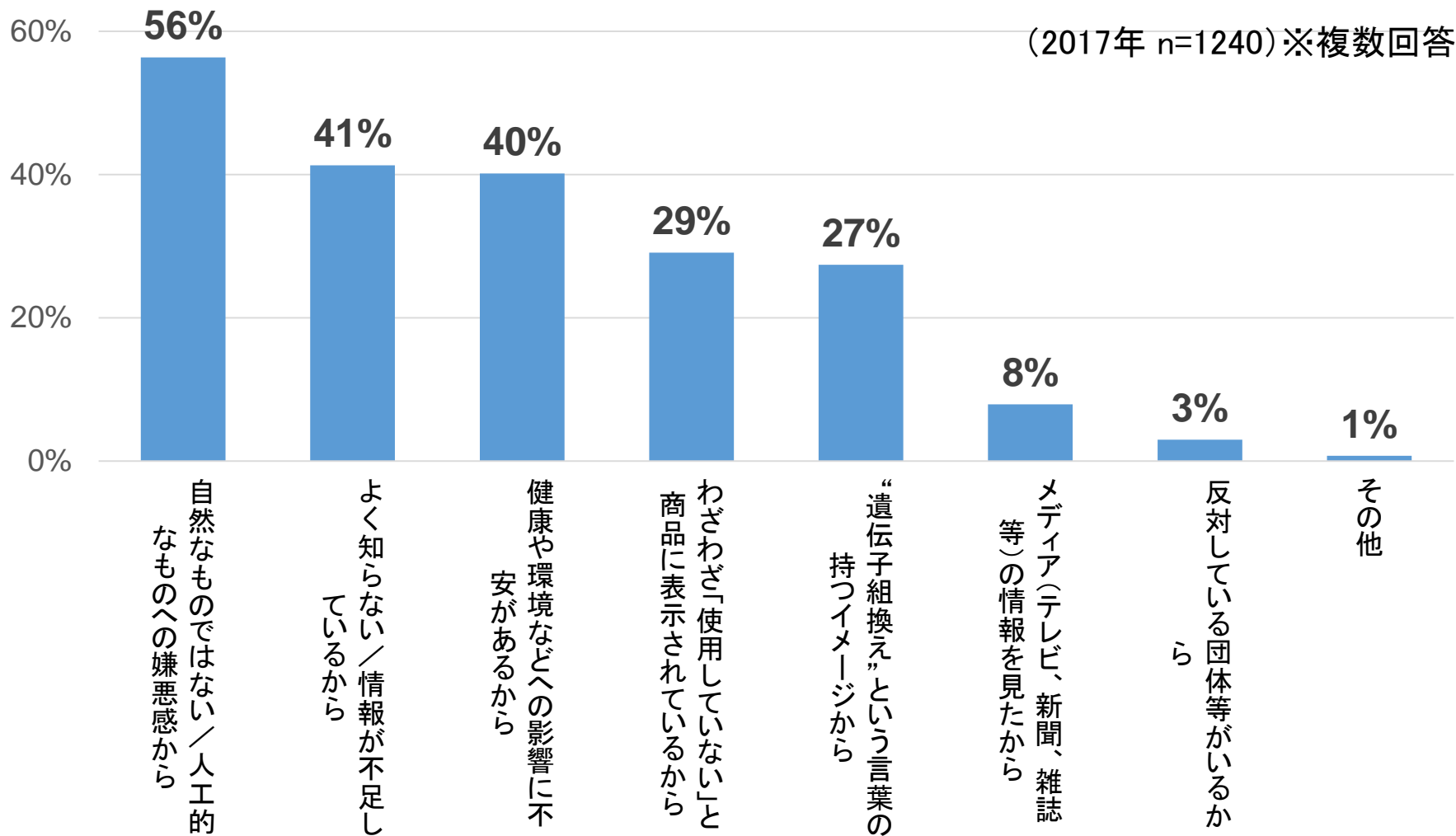
## ■ 対象者のプロフィール(n=2000)



# 遺伝子組換え食品について どのようなイメージを持っていますか

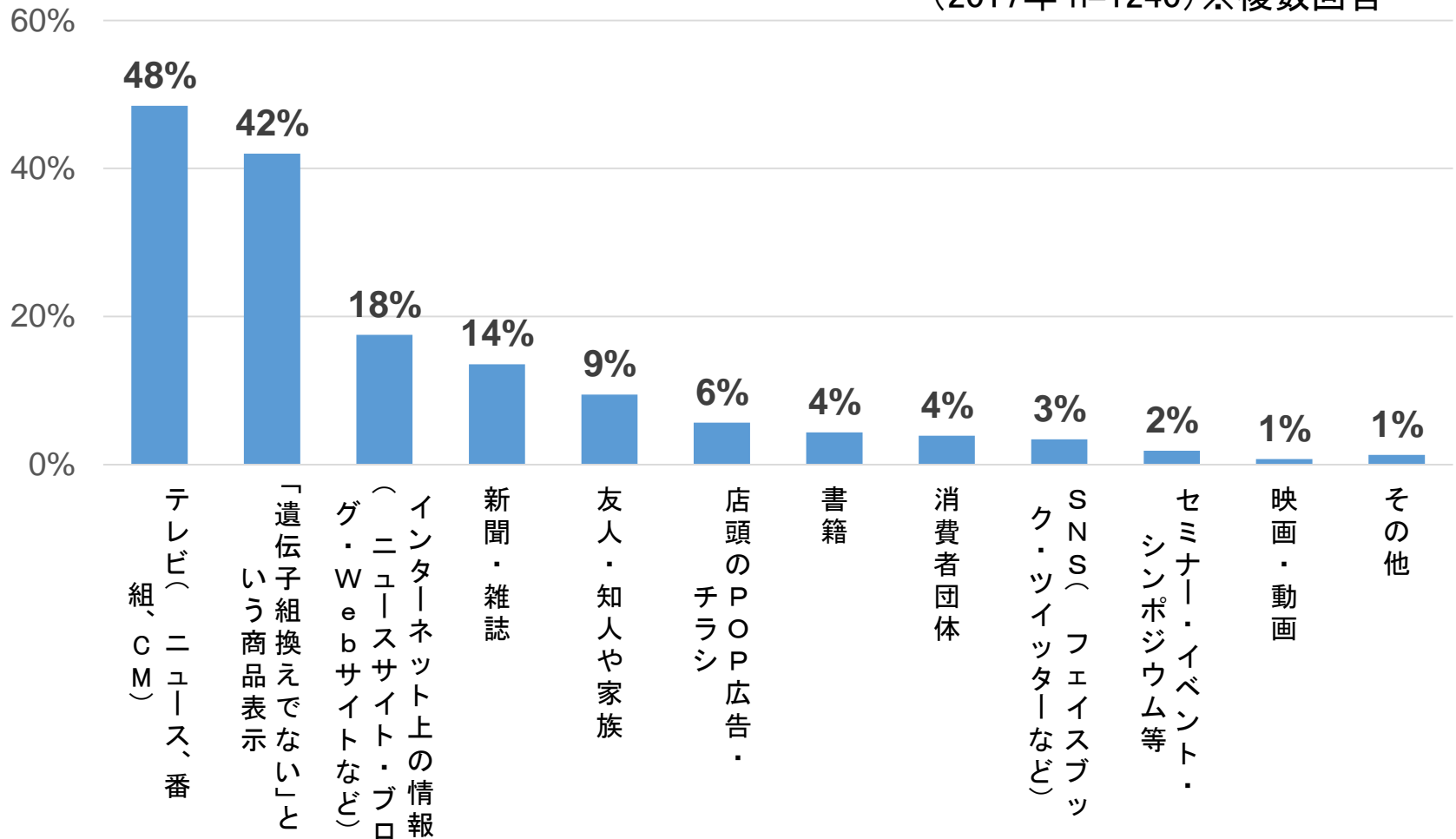


# 「遺伝子組換え食品」について、怖い・悪いイメージを持つようになった理由は何ですか？



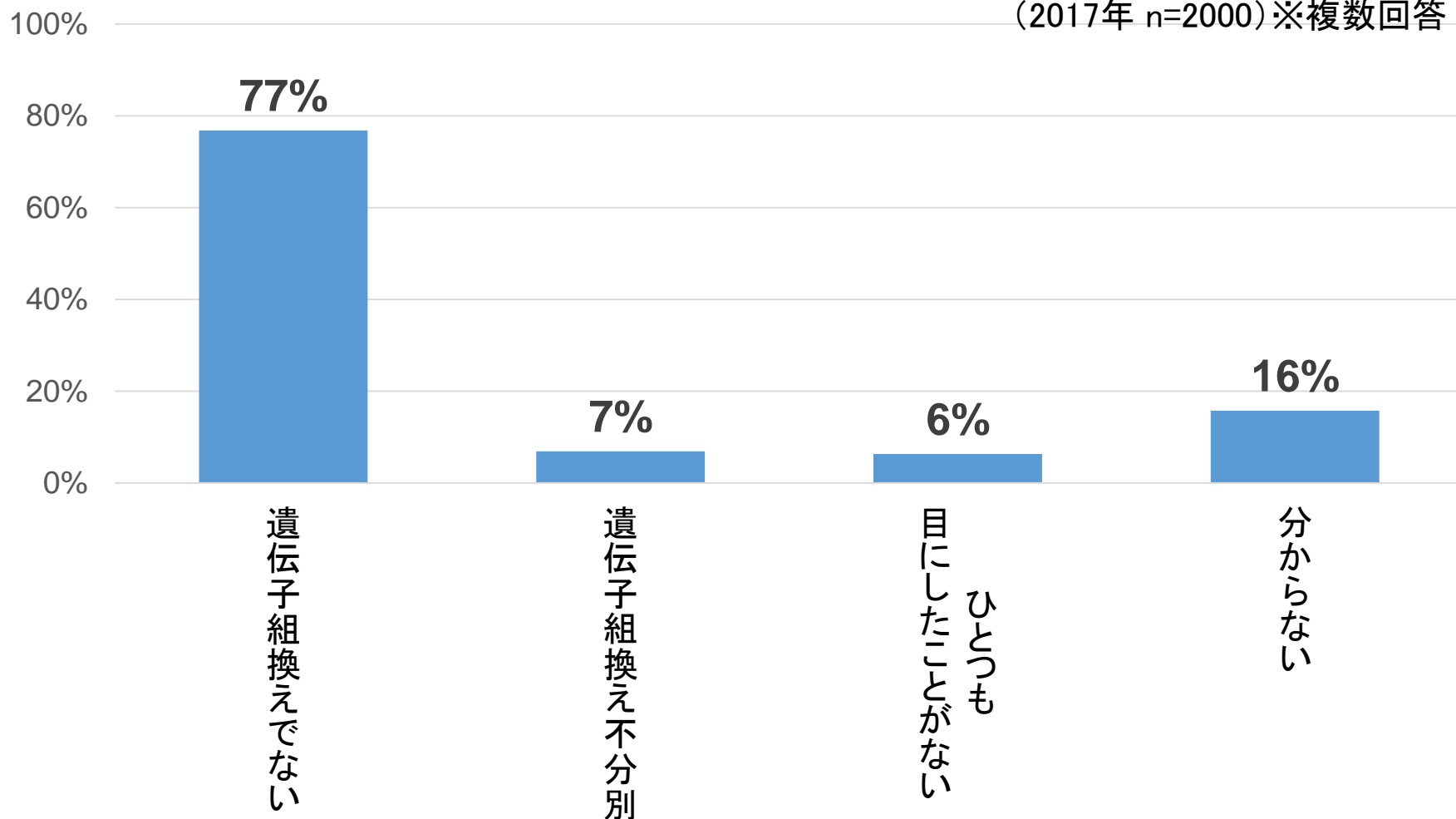
# 「遺伝子組換え食品」について、怖い・悪いイメージを持つ要因になった情報源は何ですか？

(2017年 n=1240) ※複数回答



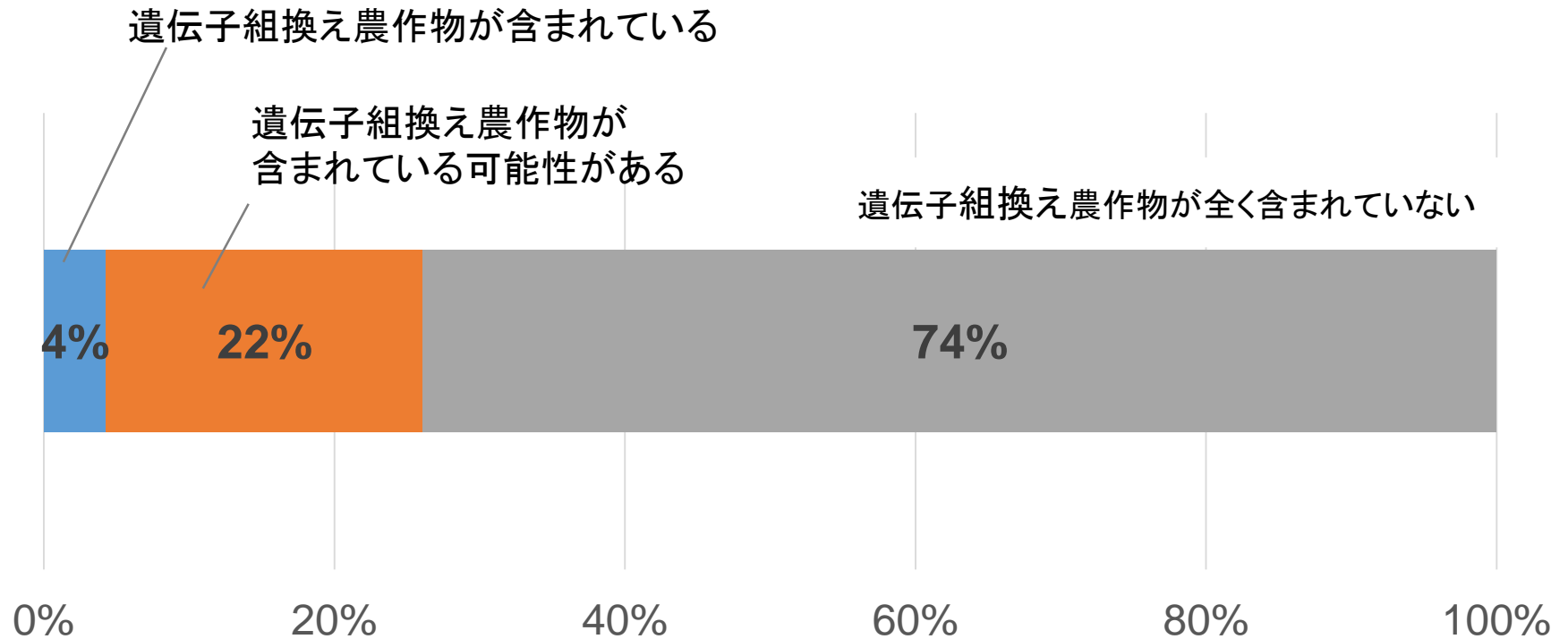
## 目にしたことがある遺伝子組換えの 食品表示をお答えください。

(2017年 n=2000) ※複数回答



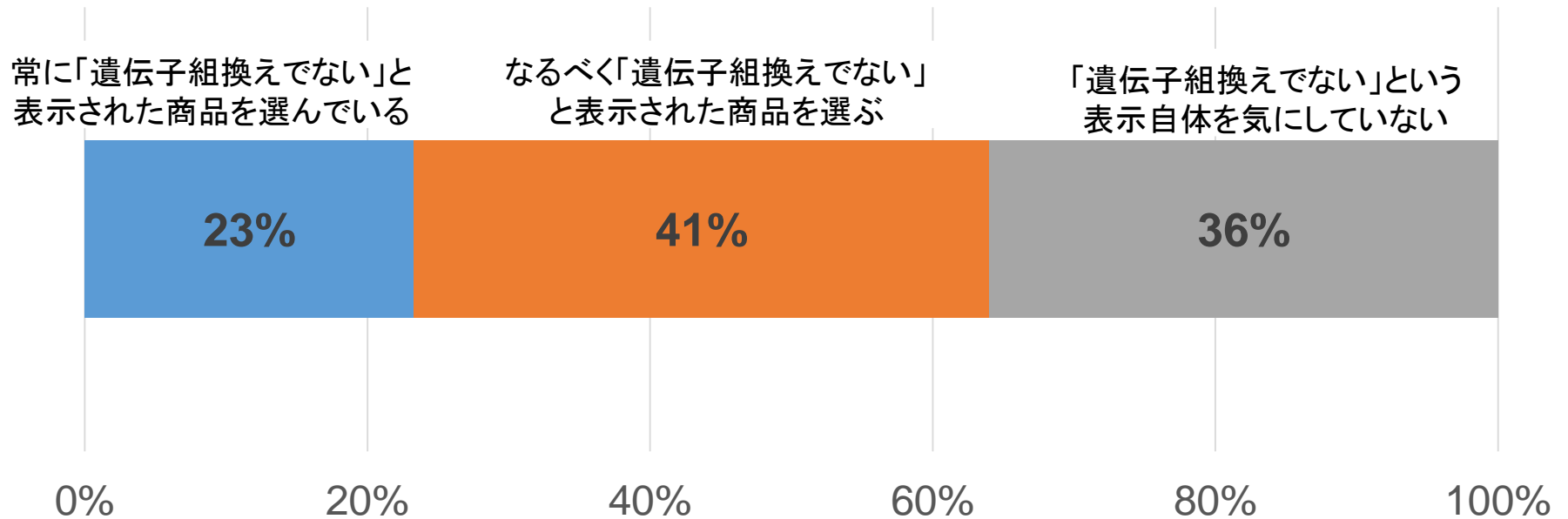
# 「遺伝子組換えでない」という表示を どのように理解していますか？

(2017年 n=2000)



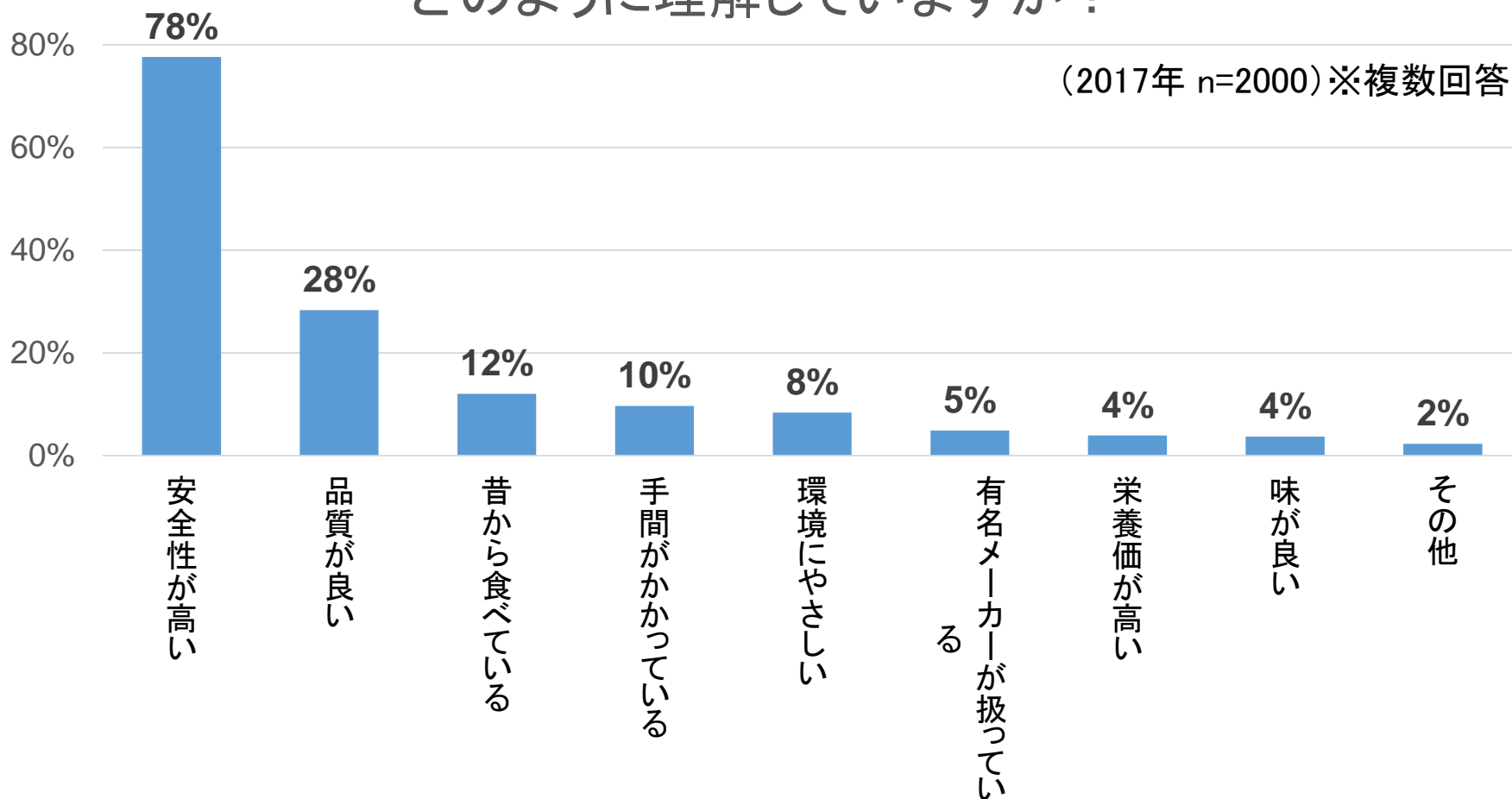
# 「遺伝子組換えでない」という表示を、 どの程度選ぶ基準にしていますか？

(2017年 n=2000)



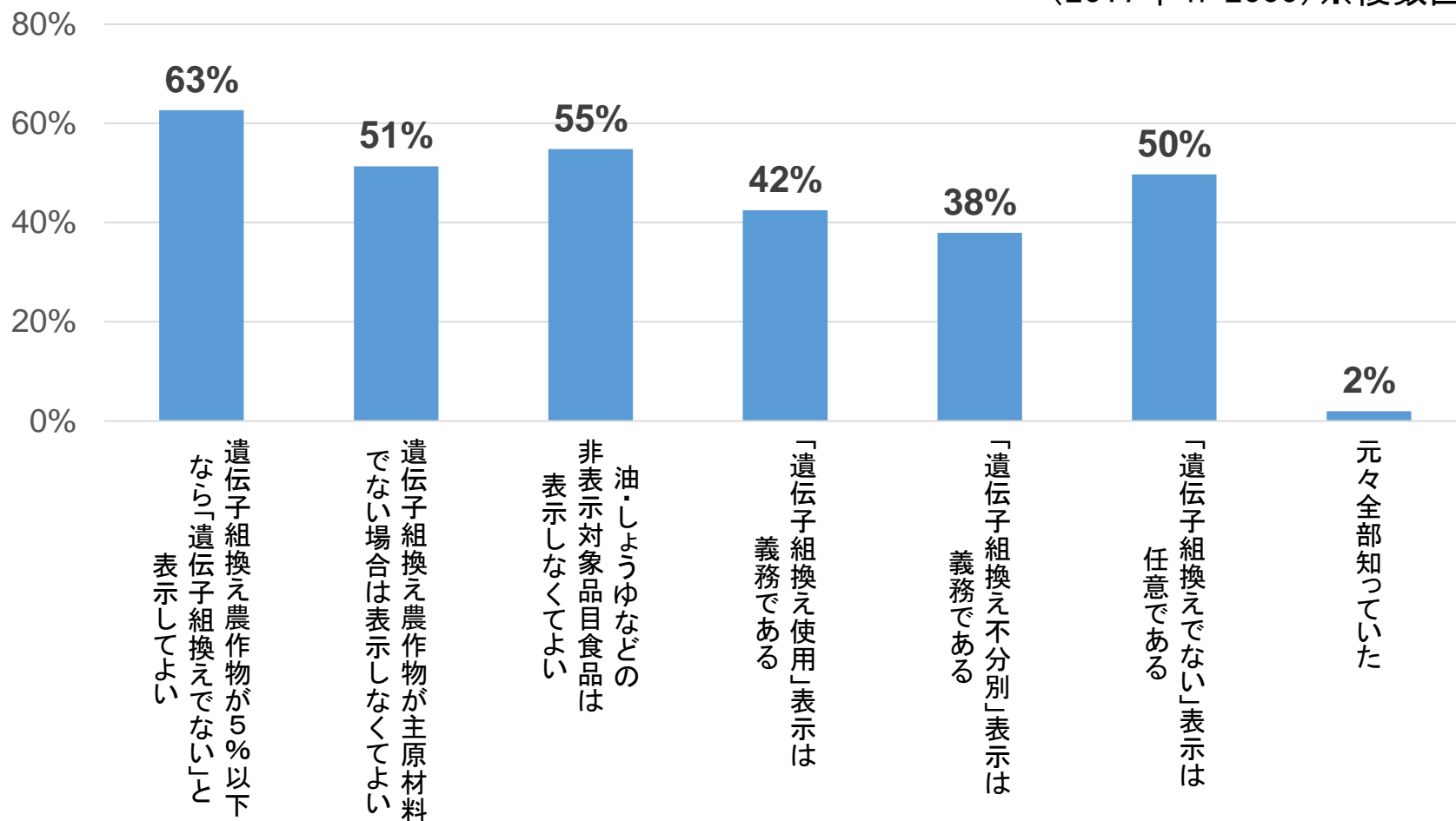


# 「遺伝子組換えでない」と表示されている商品について、 なにも記載のないものに比べて どのように理解していますか？



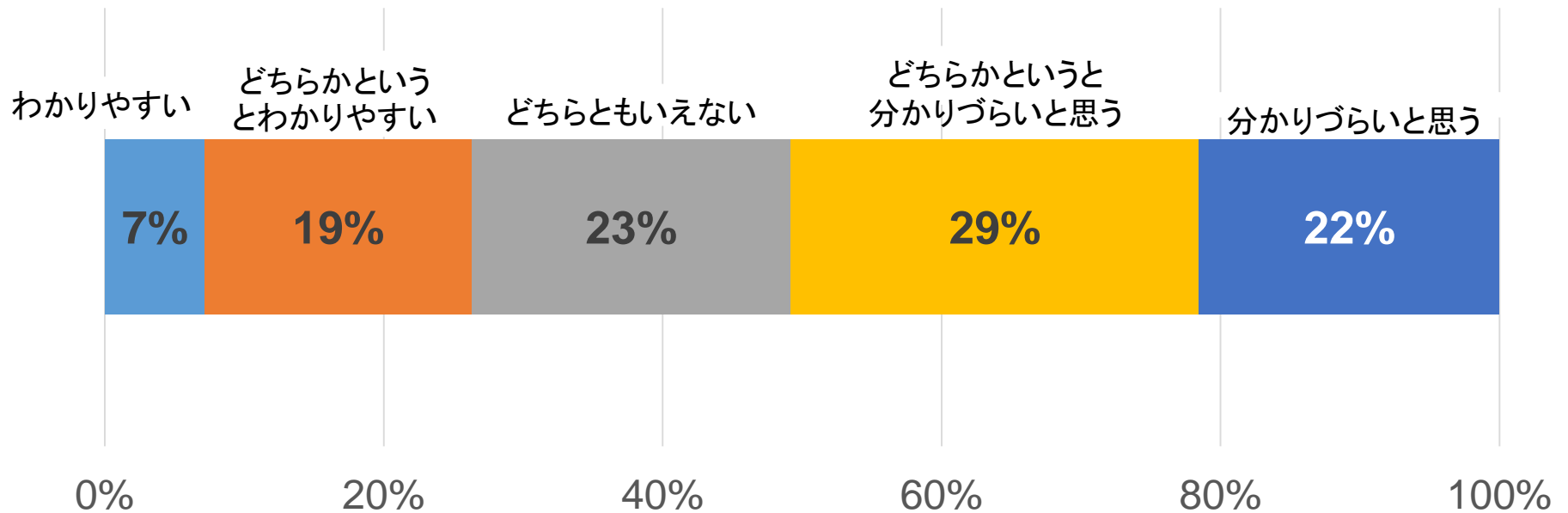
# あなたが初めて知った遺伝子組換え食品の表示ルールは何ですか？

(2017年 n=2000) ※複数回答



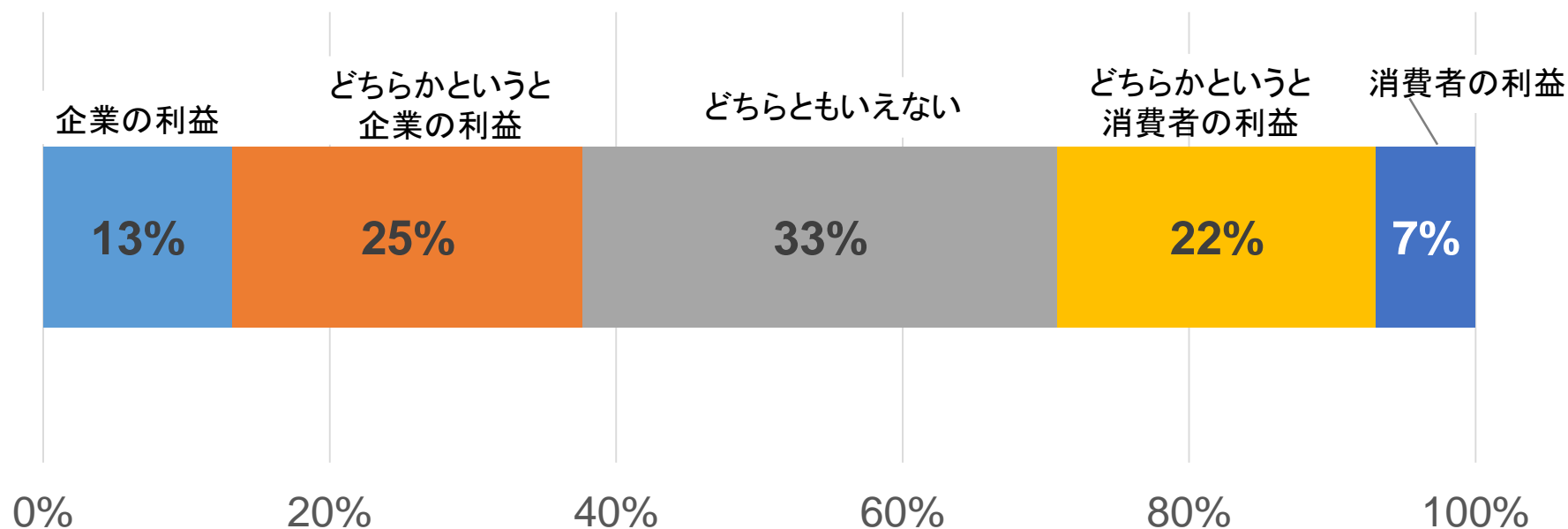
# 遺伝子組換え食品に関する表示ルールを わかりやすいと思いますか？

(2017年 n=2000)



# 「遺伝子組換えでない」という表示は、 企業と消費者どちらの利益に貢献すると思いますか？

(2017年 n=2000)



# 現在の「遺伝子組換えでない」という表示について、 あなたの考えに近いものは何ですか？

(2017年 n=2000)

